



SUTHIPARITHAT JOURNAL



วารสารสุทธิปริทัศน์

ปีที่ 39 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2568

(THAI - JOURNAL CITATION INDEX CENTER: TCI 2)

ISSN 2730-2717 (online)

ISSN 2730-2709 (print)

Vol. 39 No. 2 April - June 2025



dpujournal@dpu.ac.th



[suthiparithat](https://www.facebook.com/suthiparithat)



ThaiJo



วารสารสุทธิปริทัศน์

SUTHIPARITHAT JOURNAL

ปีที่ ๓๙ ฉบับที่ ๒ เมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๘

Volume 39 Number 2 April - June 2025

ISSN 2730-2717 (Online)

ISSN 2730-2709 (Print)

<http://www.dpu.ac.th/duprc/journal>

วารสารสุทธิปริทัศน์ (สาขาสังคมศาสตร์) เป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจาก
ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย กลุ่มที่ 2 (Thai - Journal Citation Index Center: TCI 2)
ประกาศ ณ วันที่ 10 มกราคม 2568

เจ้าของ มหาวิทยาลัยบูรพกิจบัณฑิตย 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
Dhurakij Pundit University 110/1-4 Prachachen Road Laksi, Bangkok 10210

คณะที่ปรึกษา

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บรรณาธิการ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

กองบรรณาธิการบุคคลภายนอก

มหาวิทยาลัยศิลปากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

กองบรรณาธิการบุคคลภายใน

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสรณ์ พงศ์ยี่หล้า
ดร. เปรมารัช วิลาลัย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

กองการจัดการ

ปัทมพร โพนโสภา

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สุดารัตน์ ชำนักตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ออกแบบรูปเล่ม/จัดหน้า ทัดพิชา บุญคล้าย

กำหนดออก

ราย 3 เดือน ฉบับละ 550 บาท E-mail: dpujournal@dpu.ac.th

จัดจำหน่าย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โทร. 02-954-7300 ต่อ 415

พิมพ์ที่บริษัท

ฟูจิฟิล์ม บิสซิเนส อินโนเวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด โทร. 02-660-8000

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ โสภางค์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ลินทร์ตันศิริกุล

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.คณิตพร เทอดเผ่าพงศ์

มหาวิทยาลัยรังสิต

รองศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภีรานนท์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัสดรา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชานนท์ โกมุตพัฒน์พงศ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ พิมพ์า

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.ต่อพงศ์ กิตติยานุพงศ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ กฤษเจริญ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศน์ัย ชาตไทย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ

มหาวิทยาลัยสยาม

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนศักดิ์ สายจำปา

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.นงคินี จันทร์จรัส

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รองศาสตราจารย์ ดร.นภนันท์ ศุภศิริพงษ์ชัย

มหาวิทยาลัยพะเยา

รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์

มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

รองศาสตราจารย์ ดร.บุลย์จิรา ชิริเวทย์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ ศิริประกอบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ปริยา วิบูลย์เศรษฐ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชวมาม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร.พลอย สืบวิเศษ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.มาฆะ ขิตตะสังคะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รองศาสตราจารย์ ดร.เรงชัย ดันสุชาติ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.แววตา เตชะทวิวรรณ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีศักดิ์ สุนทรไชย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัฒน์ พุกเจริญ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวารี นามวงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.เอกบุญ วงศ์สวัสดิ์กุล
รองศาสตราจารย์ ดร.นิมิต ชื่นสัน
รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ
รองศาสตราจารย์ วิรัช สงวนวงศ์วาน
รองศาสตราจารย์ ศิริพร สัจจานันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรศุทธิ์ ขอฟ่วงกลาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานดา บุญโสธรสถิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุพล ยงศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินตน์ย โพธิสมภ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรพรรณ ปลั่งพงษ์พันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพรพรรณ อุตมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิวัรัตน์ พิมลศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจวรรณ เบญจกรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา กองจันทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองสิน วิเศษศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภา ปิตินันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรุณา ไบโลวิส
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาตาลักษณ์ เสรมธากุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริ บวรกิตติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทยมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา คมะสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิ วงศ์ทองคำ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ นิมสายน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรี เหล่าพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อสม่า คัมภีรานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถพล อนันตวรสกุล
Assistant Professor Dr. Harald A. Kraus

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก

ดร.บุญญาดา จงสิทธิผล

ดร.พัฒนวิทย์ บุญนา

ดร.ม.ล. กุณฑลรัตน์ ทวีวงศ์

ดร.มานิต บุญประเสริฐ

ดร.ละอียด ศิลาน้อย

ดร.วนิดา พลเดช

ดร.วินัย หอมสมบัติ

ดร.วิมลลา ผ่องแผ้ว

ดร.สมปรารถนา รัตนกุล

ดร.สัตยะพล สัจจเดชะ

ดร.สินาด ตริวรรมไชย

ดร.สุขยีน เทพทอง

ดร.เอกพงศ์ กิตติสาร

มหาวิทยาลัยสยาม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยรังสิต

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มหาวิทยาลัยนเรศวร

มหาวิทยาลัยศิลปากร

สมาคมทรัพย์สินทางปัญญาแห่งประเทศไทย

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (อาจารย์พิเศษ)

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.กล้า ทองขาว

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา จิตรน้อยรัตน์

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี

รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย บุญประเสริฐ

รองศาสตราจารย์ พินิจ ทิพย์มณี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลีลา เตีย่งสูงเนิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัยพร รัตนเศรษฐ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิลาวัลย์ อินทร์ชำนาญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธีรา นิมิตรนิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสรณ์ พงศ์ยี่หล้า

ดร.จิราพร ชมสวน

ดร.พงษ์ภิญโญ แม้นโกศล

ดร.พสุธิดา ตันตราจิม

ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พดุมกุล

ดร.วาสนา วิสฤตาภา

ดร.สุรวี ศุนาลัย

ดร.อาทร จิตสุนทรชัยกุล

Mr.Stephen Cannell

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สารบัญ Contents

บทความวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นในประเทศไทย/ Factor analysis for organizing music festivals in Thailand ธรรมยุทธิ์ จันทร์ทิพย์ Thamayut Jantip ชยพล มัชฌมณฑล Chayapol Muchamontol ภักธีมา ไมยรัตน์ Bhaktheema Maiyarat	1
การศึกษาผลกระทบของผลการดำเนินงาน สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ต่อความยืดหยุ่นขององค์กร/ Research on impact of ESG Performance on corporate resilience หมิงต้า หลี Mingda Li เสี่ยวหยิง ฉาง Xiaoying Chang	21
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยระบบ e-Office ของบุคลากร สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินส่วนกลาง/ Factors influencing the work efficiency using the e-Office system of the personnel at the State Audit Office of the Kingdom of Thailand (Central Office) ชลวรรณ กาญจนศิริสมบัติ Tamonwan Kanjanasirisombat สุรวี ศุนาลัย Suravee Sunalai	36

สารบัญ Contents

ความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน/ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร Expectation and actual experience perception towards sustainable event management of audiences in the Bangkok Metropolitan Area สุนทร อักษรเชิดชู Soontorn Auksorncherdchoo กัลยรัตน์ แพระบ่ำ Kalyarat Pharabum รัฐชาติ พลแสน Rattachat Phonsaen	48
ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์การเดินทางต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน/ The effects of marketing strategy of travel products on Taiwan tourists' behavior เหวิน-ต้า กัว Wen-Ta Kuo วีระพล ทองมา Weerapon Thongma จิ้น-ฟา ช่าย Chin-Fa Tsai วินิตรา ลีละพัฒน์นา Winitra Leelapattana	67
การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าและการลงทุนข้ามเขตแดนจากไทยสู่จีน/ The logistics and supply chain development of cross-border trading and investment from Thailand to China วัชร วัธนารวี Watchara Watanarawee ไพโรจน์ ดัวงนคร Pairoj Duangnakorn ขวัญเรือน สิ้นณรงค์ Kwanruen Sinnarong	90

สารบัญ Contents

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ในจังหวัดเชียงราย/ 108
Factors influencing the decision of Nile Tilapia farmers in Chiang Rai to participate in
community enterprises

ศรสวรรค์ นามสร

Sornsawan Namsorn

ปรัตินัย ณ.ศิริ

Pratsanee Nakeere

สุดศิริ รุ่งเรือง

Sudsiri Rungruang

กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลของกองกำกับการ 134
ตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41/
Human resources management strategies under good governance Principle of Border

Patrol Police Sub-Division 41

กุลนิรัตน์ นวมมณีรัตน์

Kunnarist Nuammaneerat

สุชาติ อุดลย์บุตร

Suchart Adulbutra

บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ

Bampen Maitreesophon

คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 155
กรณีศึกษา: บริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง/
Service quality and corporate image affecting user satisfaction: A case study of a medical

device company

ทรงธรรม คงขาว

Songtham Kongkhaw

สุรวี ศุนาลัย

Suravee Sunalai

สารบัญ Contents

การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร
สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน/ 169

The acceptance of technology that affects the work efficiency of personnel in
the State Audit Office of the Kingdom of Thailand

ปภัสรา ภระมรทัต

Papatsara Paramorratat

สุรวี ศุนาลัย

Suravee Sunalai

หนังสืออ่าน

AI ปัญญาประดิษฐ์เพื่อธุรกิจ 184

สุเทพ นิมไสย

Suthep Nimsai

บรรณาธิการ Editor

วารสารสุทธิปริทัศน์ ได้มีการปรับปรุงให้วารสารมีความชัดเจน ถึงวัตถุประสงค์และกลุ่มบทความที่จะรับเข้ามาตีพิมพ์ในวารสารให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยวารสารจะมีผู้ประเมินบทความวิจัยหรือบทความวิชาการตามความเชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้น ๆ 3 ท่านต่อหนึ่งบทความ วารสารจะมุ่งเน้นบทความที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจและนวัตกรรม วารสารยังมีเป้าประสงค์ในการรับตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานบทความทางวิชาการและบทความวิจัยจากบุคลากรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเช่นเดิม ทั้งนี้วารสารได้ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 39 แล้ว ปัจจุบันนับเป็นฉบับที่ 2 ของปี 2568 (เดือนเมษายน-มิถุนายน 2568) ทำการตีพิมพ์บทความวิจัย จำนวน 10 บทความ โดยนำความรู้ที่มีความหลากหลายทางด้านธุรกิจและนวัตกรรมที่น่าติดตามมาให้เห็นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

หนังสืออ่านนำติดตามประจำฉบับนี้ ได้แก่ *ก้าวเข้าสู่โลกอนาคตอันน่าทึ่งกับ AI ปัญญาประดิษฐ์เพื่อธุรกิจ “คู่มือสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม”* หนังสือเล่มนี้ เปรียบเสมือนกุญแจไขประตูสู่โลกของปัญญาประดิษฐ์ (AI) เทคโนโลยีล้ำสมัยที่กำลังเปลี่ยนแปลงโลกของเราอย่างรวดเร็ว ภายในเล่มผู้อ่านจะพบกับ: คำอธิบายที่เข้าใจง่าย เกี่ยวกับหลักการพื้นฐานของ AI ที่จะทำให้อ่านทุกท่านเข้าใจว่า AI คืออะไร ทำงานอย่างไร และมีประเภทใดบ้าง ตัวอย่างกรณีศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงการนำ AI ไปใช้งานจริงในหลากหลายธุรกิจ ที่จะทำให้อ่านเห็นภาพที่ชัดเจนว่า AI สามารถสร้างประโยชน์ได้อย่างไร คำแนะนำเชิงปฏิบัติเกี่ยวกับวิธีการเริ่มต้นใช้งาน AI ที่จะทำให้อ่านสามารถนำ AI ไปใช้กับธุรกิจของตนเองได้ มุมมองที่น่าสนใจเกี่ยวกับอนาคตของ AI ที่จะทำให้อ่านเตรียมพร้อมสำหรับโลกที่ขับเคลื่อนด้วย AI

วารสารสุทธิปริทัศน์ยังได้ตีพิมพ์บทความที่หลากหลายเช่นเดิม และได้รวบรวมบทความต่าง ๆ ตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์วารสารสุทธิปริทัศน์อย่างเต็มรูปแบบ ผู้อ่านและผู้ที่สนใจสามารถมาค้นคว้า สืบค้นหาความรู้เพิ่มเติมได้ภายหลัง ขอท่านผู้อ่านจงประสบความสำเร็จ ความเจริญก้าวหน้า สืบไป

ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤตกุล

บรรณาธิการและผู้เชี่ยวชาญพิเศษ

อาจารย์ประจำวิทยาลัยนานาชาติ

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นในประเทศไทย

Factor analysis for organizing music festivals in Thailand

Received: February 13, 2025

Revised: March 10, 2025

Accepted: March 11, 2025

ธรรมยุทธิ์ จันทรทิพย์*

Thamayut Jantip*

ชยพล มัชฌมณฑล**

Chayapol Muchamontol**

ภักธีมา ไมยรัตน์***

Bhaktheema Maiyarat***

*, **, ***คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

*, **, ***School of Communication Arts, Bangkok University

*Email: thamayut.j@bu.ac.th

**Email: chayapol.m@bu.ac.th

***Email: bhaktheema.m@bu.ac.th

บทคัดย่อ

จากการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจเทศกาล “Festival Economy” เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดงานและเทศกาลนานาชาติ ทั้งนี้ “เทศกาลดนตรี” ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของประเทศในการผลักดันกลยุทธ์ และช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทย และเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทย โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ วัยรุ่นเพศชายและเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยมีประสบการณ์ในการเข้าชมเทศกาลดนตรีในประเทศไทย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการเข้าร่วมเทศกาลดนตรี และปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีมีตัวแปรจำนวน 60 ตัวแปร สำหรับสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) หาจำนวนองค์ประกอบของปัจจัยการจัดเทศกาลดนตรีในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทยที่ตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยกลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategy and Marketing Communication) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และปัจจัยอาหารเครื่องดื่มและของที่ระลึก (Catering and Souvenirs) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า สามารถจำแนกองค์ประกอบของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีได้ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ปัจจัยกลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategy and Marketing Communication) 2. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการทั่วไป (Facilities and General Management) 3. ปัจจัยสถานที่จัดงานและการเข้าถึง (Venue and Accessibility) 4. ปัจจัยอาหารเครื่องดื่มและของที่ระลึก (Catering and Souvenirs) 5. ปัจจัยการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) และ 6. ปัจจัยผู้จัดงาน (Event Organizer)

คำสำคัญ: เทศกาลดนตรี การบริหารงานอีเวนต์ การออกแบบประสบการณ์ การวิเคราะห์องค์ประกอบ

Abstract

The ‘Festival Economy’ strategy aims to push Thailand forward as a destination for events and international festivals. A music festival is an important tool to drive the strategy and to add substantial economic value. This study aimed to identify important factors for organizing a music festival and to categorize those factors. The population of this research was male and female adolescents aged between 15-24 years old, who lived in the Bangkok Metropolitan area and had been to a music festival in Thailand. This survey research applied

a purposive sampling technique to recruit 400 participants. A questionnaire consisted of three parts: demographic data, music festival attending behaviors, and factors for organizing a music festival. Altogether there were 60 factors. The data were then analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. Meanwhile, factor analysis was used to categorize factors for organizing a music festival in Thailand.

The findings reveal the participants ranked three factors for organizing a music festival in Thailand as the most important ones. Those factors are strategy and marketing communication at the average score of 4.47, followed by experience design at 4.37, and catering and souvenir at 4.33, respectively. The factor analysis shows six categories of essential factors for organizing a music festival. Those factors include 1. strategy and marketing communication factor, 2. facilities and general management factor, 3. venue and accessibility factor, 4. catering and souvenirs factor, 5. experience design factor, and 6. event organizer factor.

Keywords: Music Festival, Event Management, Experience Design, Factor Analysis

บทนำ

อุตสาหกรรมธุรกิจบันเทิงไทยกำลังได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยเฉพาะกระแสงานเทศกาลดนตรีกำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกและคนไทยทุกช่วงวัย ส่งผลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนใช้เทศกาลดนตรีเป็นกลยุทธ์ในการฟื้นฟูทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เผยแพร่วัฒนธรรมและสร้างภาพลักษณ์อันดีให้กับท้องถิ่นและประเทศ ด้วยศักยภาพที่มีความพร้อมในหลากหลายด้านทั้งทรัพยากรบุคคลและเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งรัฐบาลยังให้การสนับสนุนอย่างจริงจังภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจเทศกาล หรือ Festival Economy เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดงานและเทศกาลนานาชาติ

สำหรับเทศกาลดนตรีในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2544 คือ งานไฮเนเก้นแฟต เฟสติวัล (Heineken Fat Festival) มีผู้จัดงาน คือ สถานีวิทยุกระจายเสียง 104.5 แพรด์เรดิโอ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ คนไทยโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น และนักเรียนนักศึกษาที่เป็นฐานแฟนเพลงของคลื่นวิทยุกระจายเสียงแพดเรดิโอ สำหรับการจัดงานครั้งแรกมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 20,000 คน (ยุทธนา บุญอ้อม, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กันยายน 2567) หลังจากนั้นก็มีผู้จัดเทศกาลดนตรีมาอย่างต่อเนื่อง และได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยมา ยกเว้นในช่วงเกิดสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่ทำให้เทศกาลดนตรีเกิดภาวะหยุดชะงักในระยะเวลาหนึ่ง แต่ไม่นานนักก็ได้ปรับตัวเป็นเทศกาลดนตรีในรูปแบบออนไลน์ ทว่าเมื่อสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด 19 พุเลาลง ส่งผลให้ผู้คนต่างโดยหาเทศกาลดนตรีในรูปแบบออนไลน์ โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีคอนเสิร์ตมากกว่า 900 งาน เฉพาะบริษัท จีเอ็มเอ็มแกรมมี จำกัด (มหาชน) ภายใต้การดูแลของ GMM Show จัดเทศกาลดนตรีในปีที่ผ่านมามากถึง 12 เทศกาล โดยมีผู้เข้าร่วมงานรวมกันมากกว่าล้านคน (ยุทธนา บุญอ้อม, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 กันยายน 2567) มีเงินสะพัดต่องานไม่ต่ำกว่า 100-300 ร้อยล้านบาท ส่งผลให้ภาพรวมของอุตสาหกรรม Showbiz มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 7,200 ล้านบาท เติบโตก้าวกระโดดอยู่ที่ 84% ถ้าเทียบกับปี ค.ศ. 2022 ที่มีมูลค่าตลาดอยู่ 3,900 ล้านบาท (จิรัชณิน กมลเลิศ, 2567)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากกลุ่มคนที่เข้าร่วมเทศกาลดนตรีพบว่า กลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่ผู้จัดงานเทศกาลดนตรีให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความชื่นชอบดนตรีเสียงเพลง และหลากหลายกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกับกลุ่มเพื่อนได้ รวมทั้งเป็นกลุ่มที่โหยหาการรวมตัวเพื่อสังสรรค์ในงานอีเวนต์ประเภทต่าง ๆ และยังมีความพร้อมในด้านการเงิน โดยเฉพาะวัยรุ่นที่พักอาศัยตามหัวเมืองใหญ่อย่างเช่นในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะมีความเจริญก้าวหน้าและความพร้อมในด้านการคมนาคมที่สะดวกสบาย เป็นแหล่งที่ตั้งของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการจัดงานเทศกาลดนตรี เช่น บริษัทให้เช่าอุปกรณ์แสง สี เสียง เวที บริษัทผลิตชิ้นงานสิ่งพิมพ์เพื่อตกแต่งภายในงาน บริษัทรับออกแบบงานกราฟิก บริษัทดูแลรักษาความปลอดภัย เป็นต้น ส่งผลให้เกิดเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นโดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น เช่น Monster Music Festival เทศกาลดนตรีสำหรับวัยรุ่นที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งจัดขึ้นในกรุงเทพมหานคร หรืองาน What The Fest! Music Festival เทศกาลดนตรีสำหรับวัยรุ่นใจกลางสยาม โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลให้งานเทศกาลดนตรีได้รับความนิยมอาจจะเกิดขึ้นจากหลายองค์ประกอบสอดคล้องกับงานวิจัยของเผ่าไท ผดุงสินธ์ (2563) ที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีความต้องการดนตรีสมัยนิยมโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพเสียงดนตรีมากที่สุด รองลงมา คือ คุณภาพเสียงร้องของนักร้อง และคุณภาพการเล่นดนตรีของนักดนตรี ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรวิณี ราชิณ (2564) ที่พบว่า ผู้เข้าชมส่วนใหญ่ชื่นชอบแนวเพลงป๊อป ชื่อบัตรราคา 1,001-2,000 บาท สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ทำกิจกรรมการถ่ายรูปขณะรอชม รวมทั้งให้ความสำคัญกับคุณภาพมัลติมีเดีย แสง สี เสียง โครงสร้างและรูปแบบเวที นอกจากนี้ งานวิจัยของนันทยา เสาทอง (2562) พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับด้านลักษณะทางกายภาพ บุคลากร และการจัดจำหน่ายบัตร รวมถึงด้านผลิตภัณฑ์ รวมถึงชาคริต รทอง (2561) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เข้าชมงานเทศกาลดนตรี EDM มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณภาพของมัลติมีเดีย แสง สี เสียง และปัจจัยด้านชื่อเสียงและความนิยมของศิลปิน และความเหมาะสมด้านราคา

สำหรับพื้นที่ในการจัดงานเทศกาลดนตรี ผู้จัดงานส่วนใหญ่มักจะเลือกจัดงานเทศกาลดนตรีในหัวเมืองใหญ่เช่นพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นศูนย์กลางความเจริญและเพียบพร้อมสำหรับการจัดงาน ทั้งเป็นแหล่งรวมอาคารหรือฮอลล์สำหรับให้เช่าจัดงานหลากหลายขนาด ค่ายเพลงต้นสังกัดของศิลปิน บริษัทที่ดำเนินการกิจการด้านดนตรี บริษัทให้เช่าเวที อุปกรณ์แสง สี เสียง บริษัทผู้รับผลิตงานโครงสร้างและงานตกแต่ง รวมถึงเป็นจังหวัดที่มีการคมนาคมสะดวก และที่สำคัญคือ กลุ่มประชากรวัยรุ่นที่มีความพร้อมในการตัดสินใจชื่อบัตรเข้าชมเทศกาลดนตรี ดังนั้นหากผู้จัดงานเลือกจัดงานในพื้นที่กรุงเทพมหานครก็จะเอื้อประโยชน์ต่อการสร้างมูลค่าของธุรกิจการจัดงานเทศกาลดนตรีได้อย่างมีประสิทธิภาพและเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงการเติบโตของ “การจัดเทศกาลดนตรี” และความสามารถในการเป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์เศรษฐกิจเทศกาล “Festival Economy” ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับชุมชน ระดับจังหวัด และระดับประเทศได้ แต่อย่างไรก็ดี ปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทยในงานวิจัยต่าง ๆ มีหลากหลายตัวแปรที่สำคัญ ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงนำตัวแปรการจัดงานเทศกาลดนตรีมาทำการวิเคราะห์ และจำแนกองค์ประกอบเป็นกลุ่มว่ามีกี่องค์ประกอบ มีปัจจัยใดบ้างที่สำคัญเพื่อนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ และแนวทางใช้การจัดเทศกาลดนตรีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นในประเทศไทย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดเทศกาลดนตรี

เทศกาลดนตรี เป็นงานแสดงดนตรีสดที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานศิลปินเดี่ยวหรือศิลปินกลุ่มหลากหลายแนวดนตรีมารวมตัวกันเป็นจำนวนมากเข้าไว้ด้วยกันในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งในระยะเวลานาน โดยมีกลุ่มผู้ฟังจำนวนมากที่มีความชื่นชอบแนวดนตรีที่แตกต่างกันสามารถฟังดนตรีตามความชอบได้อย่างหลากหลาย Tangit et al. (2016) ซึ่งขนาดของงานมีทั้งใหญ่และเล็กขึ้นอยู่กับรูปแบบการจัดงานของผู้จัดเทศกาลดนตรี พร้อมกันนี้ เทศกาลดนตรียังเป็นงานที่สามารถสะท้อนและถ่ายทอดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นออกสู่สายตาผู้คนทั่วโลกได้อีกด้วย

เนื่องด้วยเมื่อเทศกาลดนตรีเป็นงานที่รวมผู้คนทั้งนักดนตรี ศิลปินและผู้ชมจำนวนมากมาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ทำให้รูปแบบการจัดงาน และองค์ประกอบในงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะปัจจัยเหล่านี้ คือ จุดเด่นที่จะทำให้งานน่าสนใจและน่าจดจำ โดยองค์ประกอบพื้นฐานสามารถแบ่งได้ 7 องค์ประกอบ (ยุทธนา บุญอ้อม, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 2 กันยายน 2564) ได้แก่ ศิลปิน สถานที่จัดงาน เวที กิจกรรมความบันเทิง อาหารและเครื่องดื่ม บรรยากาศงาน และผู้ชมงาน

ทั้งนี้ Derrett (2016) ได้นำเสนอองค์ประกอบของการสร้างประสบการณ์ที่ดีของงานเทศกาลไว้ดังนี้

1. ตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน ประกอบด้วย กิจกรรมสันตนาการ การเรียนรู้ การสร้างการมีส่วนร่วม โดยมีการเชื่อมโยงวัฒนธรรมที่สามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับชุมชนและสถานที่จัดงาน
2. มีบรรยากาศของความสนุก แปลกใหม่และสร้างความรู้สึกที่อบอุ่นของพื้นที่และชุมชนที่จัดงาน
3. มีการสื่อสารที่ชัดเจนบริเวณพื้นที่จัดงาน มีป้ายชี้ทาง มีจุดสื่อสาร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ
4. มีการออกแบบความบันเทิงอย่างมีคุณภาพ
5. มีการบริหารจัดการความต้องการของศิลปิน การเตรียมการที่ดี เพื่อให้ศิลปินมีความสุขและมีช่วงเวลาที่ดี
6. สินค้าที่จัดจำหน่ายควรมีราคาเหมาะสม
7. พื้นที่จัดงานออกแบบให้เกิดความผ่อนคลาย มีโอกาสในการพบเพื่อนใหม่ และผู้ร่วมงานเป็นส่วนหนึ่งของเทศกาล
8. มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะอาด มีที่จอดรถ มีบริการด้านอาหาร
9. งานเทศกาลต้องคุ้มค่าเงิน
10. การจัดงานเทศกาลอาจมีการปรับเปลี่ยนไปตามผู้จัดงาน พื้นที่จัดงาน และโปรแกรมที่เหมาะสม และปลอดภัยกับกลุ่มเป้าหมาย
11. ควรมีการตอบรับที่ดีจากสื่อและชุมชนที่จัดงาน เพื่อการเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเผยแพร่ รวมถึงดึงดูดและเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมงาน และ
12. หากมีผู้สนับสนุนในงานต้องไม่สื่อสารตรสินค้า หรือการนำเสนอแบรนด์ที่เป็นการรบกวนผู้เข้าร่วมงาน และชุมชนที่ร่วมจัดงาน

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานอีเวนต์

การบริหารงานอีเวนต์ หมายถึง การบริหารควบคุมงานอีเวนต์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้วยวิธีการที่ดีที่สุด เพื่อให้การจัดงานอีเวนต์ราบรื่นและประสบความสำเร็จ ด้วยการใช้ชุดแผนการบริหารด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ (Bladen et al., 2012) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยและวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) ความต้องการ พฤติกรรม วิธีการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะที่มาของปัญหา

ของแบรนด์ หรือองค์กรผู้จัดงานเพื่อทราบถึงเหตุผลในการจัดงานอีเวนต์ รวมถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ทั้งภายในและภายนอก (SWOT) ให้ทราบถึงผลกระทบของปัจจัยดังกล่าวต่อการจัดงานอีเวนต์

ขั้นตอนที่ 2 การตัดสินใจจัดงานอีเวนต์ เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดงาน เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบรายละเอียดงานอีเวนต์ ประกอบด้วย เป้าหมายงานอีเวนต์ (Event Goal) กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) การประเมินงบประมาณ (Determine Budget) และทีมงาน (Event Team)

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบโปรแกรมงานอีเวนต์ เป็นการจัดงานอีเวนต์เพื่อกำหนดรูปแบบงานทิศทาง แนวทางในการจัดงาน รวมถึงรายละเอียดอื่น ๆ ที่ต้องกำหนดในการจัดงานทั้งหมด ประกอบด้วย 1. วัตถุประสงค์ 2. กลยุทธ์งานอีเวนต์ ได้แก่ เนื้อหา แนวความคิด และทีมงาน 3. รายละเอียดงานอีเวนต์เป็นการลงมือปฏิบัติโดยการนำเนื้อหา แนวความคิดหลักของงาน และทีมงาน เพื่อจัดงานอีเวนต์ให้เป็นรูปธรรม

ตอนที่ 4 การวางแผนและการลงมือปฏิบัติงานอีเวนต์ (Event Planning and Implementation) ได้แก่ การกำหนดภาระงาน ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลาทำงาน งบประมาณ และลงมือปฏิบัติงานอีเวนต์ตามที่กำหนดไว้ เป็นการเตรียมการจัดงานอีเวนต์จนกระทั่งงานอีเวนต์เสร็จสิ้น ประกอบด้วย 3 ช่วง ได้แก่ การเตรียมงานก่อนการจัดงานอีเวนต์ วันจัดงานอีเวนต์ และหลังการจัดงานอีเวนต์

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลการจัดงานอีเวนต์ (Event Evaluation) เป็นการประเมินผลการจัดงานในด้านต่าง ๆ ภายหลังจากงานเสร็จสิ้น เพื่อวัดผลตามวัตถุประสงค์ในการจัดงาน และนำเสนอผู้บริหารพร้อมทั้งส่งให้กับลูกค้า หรือผู้จ้างงานต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์

เนื่องจากงานอีเวนต์เป็นการออกแบบพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งให้เกิดงานที่ตรงตามแนวคิดและธีมที่ได้ออกแบบไว้ ดังนั้นการออกแบบงานทุกมิติให้เกิดประสบการณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ Allen (2009) กล่าวถึงการออกแบบประสบการณ์ในงานอีเวนต์ที่สามารถสร้างประสบการณ์ได้นั้นจะต้องมีองค์ประกอบ 5 เรื่อง ได้แก่ องค์ประกอบในงาน (The Elements) องค์ประกอบทุกอย่างที่นำมาใช้สำหรับตกแต่งในงานอีเวนต์ อุปกรณ์ที่จำเป็น (The Essentials) สภาพแวดล้อม (The Environment) การเกิดพลัง (The Energy) และการสร้างอารมณ์ (The Emotion) สร้างความรู้สึกให้กับงาน ทั้งนี้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2561) ได้กล่าวถึงการออกแบบประสบการณ์หลักในงานอีเวนต์ไว้ 4 ประเด็น ได้แก่

1. การออกแบบเชิงอารมณ์ (Emotional Design) คือ อารมณ์ความรู้สึกที่ประสบและเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ผู้คน และสิ่งต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อมผลิตภัณฑ์ การบริการในงานอีเวนต์ อารมณ์เหล่านั้นพัฒนาขึ้นมาจากสภาพแวดล้อม และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดในงาน

2. การออกแบบสภาพแวดล้อม (Environment Design) การออกแบบสภาพแวดล้อมเป็นการสร้างทางเลือกในการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ และการตกแต่งภายใน เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์

3. การออกแบบทางประสาทสัมผัส (Sensorial Design) การจัดงานอีเวนต์ ผู้จัดงานสามารถสื่อสารแบรนด์โดยผ่านการสัมผัสแบรนด์ในทุกมิติ หรือ Brand Touch Points โดยการออกแบบงานอีเวนต์ให้เกิดประสบการณ์ทางตรง และทางอ้อม โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า (The Five Senses)

4. การออกแบบปฏิสัมพันธ์ คือ การสร้างประสบการณ์ในการมีปฏิสัมพันธ์ให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งประสบการณ์ในการมีปฏิสัมพันธ์ไม่ได้เกิดขึ้นระหว่างบุคคลกับบุคคล เช่น พิธีกร นักแสดง หรือศิลปินเท่านั้น แต่สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Chang et al. (2022) พบว่า มี 4 ปัจจัยที่ทำให้เทศบาลนครในเมืองประสบความสำเร็จ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาของการบริการ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของงาน ปัจจัยด้านการสร้างประสบการณ์ และปัจจัยด้านการวางแผนสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ งานวิจัยของ Manners et al. (2012) พบว่า มี 6 ปัจจัยที่สามารถสร้างความพึงพอใจ และรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาวให้งานเทศบาล โดยเรียงจากความสำคัญมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยการจัดการทั่วไป ปัจจัยสถานที่และด้านเทคนิค ปัจจัยการตลาด ปัจจัยการเข้าถึงและที่จอดรถ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและการจัดเลี้ยง และปัจจัยของที่ระลึก รวมถึง Lee (2017) พบว่า ผู้ชมให้คะแนนความพึงพอใจกับโปรแกรมดนตรีมากที่สุด รองลงมา คือ สภาพแวดล้อมของเทศบาล คุณภาพชีวิต และทุนทางวัฒนธรรม ในการเข้าร่วมเทศกาลดนตรีคลาสสิก และ Gaff (2019) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพบริการในเทศบาลนครผ่านความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมงานเทศกาล ผลการวิจัยพบว่า มี 6 ปัจจัยสำคัญของการจัดงานเทศกาลดนตรี โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ผู้แสดง ความปลอดภัย คุณภาพเสียง และพื้นที่จัดเทศกาล ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง ได้แก่ การบริการลูกค้า และอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนโปรแกรมเพิ่มเติมเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

สำหรับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดงานเทศกาลดนตรี พบว่า Mulder and Hitters (2021) ได้ศึกษาการเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตดนตรีป๊อปและเทศกาล สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบของแรงจูงใจในการเข้าร่วมงาน จำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. องค์ประกอบด้านการใช้เวลาด้วยกัน ตัวแปร ได้แก่ การพบปะกับบุคคลอื่น การพบเจอคนแปลกหน้า การได้ใช้เวลาร่วมกับเพื่อนและครอบครัว การค้นหาสิ่งใหม่ 2. องค์ประกอบด้านหลบเลี่ยง ตัวแปร ได้แก่ การหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมประจำวัน ลดความเบื่อหน่ายและความเครียด 3. องค์ประกอบด้านความต้องการค้นพบ ตัวแปร ได้แก่ ต้องการหาอะไรใหม่ ต้องการพัฒนาตนเอง และความสนใจใคร่รู้ 4. องค์ประกอบด้านการอยู่ในสถานที่แห่งนั้น ตัวแปร ได้แก่ การได้แสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าอยู่งานนั้น 5. องค์ประกอบด้านการมีเอกลักษณ์ ตัวแปร ได้แก่ การสร้างบรรยากาศและประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ ความคาดหวังไม่ได้ของโปรแกรม 6. องค์ประกอบด้านแนวดนตรี ตัวแปร ได้แก่ เพลงที่ได้ยินบ่อย การเล่นเพลงของผู้อื่นหรือเวอร์ชันอื่น เป็นต้น ในขณะที่ Borges et al. (2016) ได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบความพึงพอใจของลูกค้า และพฤติกรรมการใช้จ่ายในเทศกาลดนตรี ผลการวิจัยพบองค์ประกอบความพึงพอใจ 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านจัดงานเทศกาล ประเภทของดนตรี สภาพแวดล้อมของสถานที่จัดงาน และการเข้าถึงสถานที่จัดงาน โดยพบว่า ผู้ที่พึงพอใจกับงานมากที่สุดจะมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเงินกับสถานที่จัดงาน และใช้จ่ายในเมืองมากขึ้น

ในส่วนของงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดงานเทศกาลดนตรีกับตัวแปรต่าง ๆ พบว่า Ballantyne et al. (2014) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในเทศกาลดนตรีกับประโยชน์ด้านจิตวิทยา และด้านสังคมที่ผู้เข้าร่วมเทศกาลดนตรีได้รับผ่านปัจจัยในการสร้างประสบการณ์ 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านเทศกาล ได้แก่ บรรยากาศ สิ่งแวดล้อม 2. ด้านดนตรี 3. ด้านสังคม และ 4. ด้านความรู้สึกส่วนตัวและการหลบเลี่ยง ผลการศึกษาค้นคว้านี้ชี้ให้เห็นว่าผู้จัดเทศกาลดนตรีควรเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมกับประสบการณ์ในเทศกาลในหลาย ๆ ด้าน ปัจจัยการสร้างประสบการณ์ทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางจิตวิทยาและสังคม รวมถึงงานวิจัยของ Welthagen and Lotter (2020) ได้ศึกษาเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของเทศกาลดนตรี และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน โดยปัจจัยคุณลักษณะของเทศกาล ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความบันเทิง ปัจจัยด้านองค์ประกอบของพื้นที่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยด้านร้านค้า ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถ และปัจจัยด้านพนักงานกับความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน พบว่า คุณลักษณะของเทศกาลดนตรีทุกปัจจัย มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความ

พึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ ยังพบว่าระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้เข้าร่วมงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจในเทศกาลดนตรี

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย Worrachananun and Srisuksai (2022) พบว่า ตัวแปรการรับรู้ประสบการณ์ ได้แก่ ด้านความบันเทิง ด้านการศึกษา ด้านการพักผ่อนจากความเครียด ด้านสุนทรียศาสตร์และด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดนตรีที่เข้าร่วมงานเทศกาลดนตรี Cat Expo รวมถึงบรรทัดฐานส่วนบุคคล ซึ่งรวมถึงปัจจัยทางสังคม และตัวแทนทางสังคมมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวสายดนตรี เช่น เพื่อน ครอบครัวและศิลปินมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ นอกจากนี้ ยังพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสายดนตรี กับความตั้งใจที่จะเผยแพร่ข่าวแบบปากต่อปากผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กันสูง นอกจากนี้ งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดคอนเสิร์ต พบว่าประกอบด้วย ปัจจัย ได้แก่ ความชื่นชมในตัวศิลปิน แนวเพลง ผลงาน รวมทั้งช่วงวัน เวลาและสถานที่อันเหมาะสมในการจัดงาน (สิริขญา ศิวาบุตร และสุพาดา สิริกุดตา, 2557) นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพ บุคลากร และการจัดจำหน่ายบัตร รวมถึงด้านผลิตภัณฑ์ (นันทยา เสาทอง, 2562) สำหรับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการจัดงานเทศกาลดนตรีเป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (ตรีทิพ บุญแย้ม, 2562) นอกจากนี้ คุณภาพของมัลติมีเดีย แสง สี เสียง และปัจจัยด้านชื่อเสียงและความนิยมของศิลปิน รวมถึงความเหมาะสมด้านราคา โปรโมชันทางการตลาดที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคตัดสินใจเข้าชมงานเทศกาลดนตรี (ชาคริต รตทอง, 2561)

กล่าวโดยสรุป ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ได้มาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสามารถสกัดตัวแปรที่นำมาใช้เพื่อหาค่าประกอบในการจัดงานเทศกาลดนตรีจำนวน 60 ตัวแปร ทั้งนี้จะนำตัวแปรดังกล่าวไปพัฒนาเป็นเครื่องมือและนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สำคัญของการจัดงานเทศกาลดนตรีต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ประชากร ได้แก่ วัยรุ่นเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยมีประสบการณ์ในการเข้าชมเทศกาลดนตรีในประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของวัยรุ่นเพศชายและเพศหญิง อายุระหว่าง 15-24 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยมีประสบการณ์ในการเข้าชมเทศกาลดนตรี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) มาเป็นกรอบในการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยให้มีตัวอย่างเท่ากับ 5 เท่า ของจำนวนตัวแปรแต่ละชุด (Malhotra, 2009) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีในครั้งนี้ มีจำนวนตัวแปรจำนวน 60 ตัวแปร ดังนั้นในงานวิจัยจึงกำหนดให้มีกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยในการวิจัย

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ การเลือกแจกแบบสอบถามกับตัวอย่างวัยรุ่นเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยมีประสบการณ์ในการเข้าชมเทศกาลดนตรีในประเทศไทย โดยผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งจะใช้คำถามคัดกรอง

เป็นอย่างแรกในแบบสอบถาม เพื่อเจาะจงตัวอย่างตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย ผู้ตอบต้องมีอายุระหว่าง 15-24 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และต้องเคยมีประสบการณ์ในการเข้าชมเทศกาลดนตรีในประเทศไทย โดยแจกแบบสอบถามผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 แอปพลิเคชันไลน์ รวมถึงสถานที่จัดงานคอนเสิร์ตและเทศกาลดนตรีให้ครบ 400 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยพัฒนาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสร้างเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการเข้าร่วมเทศกาลดนตรี และปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรี โดยมีตัวแปร จำนวน 60 ตัวแปร เป็นลักษณะมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ทั้งนี้แบบสอบถามได้มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบค่า IOC ผลการตรวจสอบค่า IOC พบว่า มีค่าระหว่าง 0.60–1.00 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.974

จากนั้นผู้วิจัยทำการปรับปรุงแก้ไขเนื้อหา และข้อความที่ยังไม่สมบูรณ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาและปรับปรุงโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 40 ชุด ไปทดลองเก็บข้อมูลกับวัยรุ่นเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยมีประสบการณ์ในการเข้าชมเทศกาลดนตรีในประเทศไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการทดสอบวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.983 แสดงว่า เครื่องมือวิจัยอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปเป็นเครื่องมือศึกษาวิจัยต่อไปได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทั้งนี้จะใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในการหาจำนวนปัจจัยการจัดเทศกาลดนตรีในประเทศไทย ว่าสามารถจำแนกได้เป็นกี่ปัจจัย

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการชมเทศกาลดนตรีของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิง 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.30 และเป็นเพศชาย 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-24 ปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 383 คน คิดเป็นร้อยละ 95.80 โดยมีรายได้ต่อเดือน 5,001–10,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมาได้ 10,001–15,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50

สำหรับพฤติกรรมการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทย ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบซื้อบัตรเข้าชม จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเข้าชมในรูปแบบฟรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าชมงานเทศกาลดนตรี 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 สำหรับลักษณะของการเลือกซื้อบัตรเข้าชมงานเทศกาลดนตรี ส่วนใหญ่ซื้อบัตรแบบ Early Bird จำนวน

194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 ทั้งนี้ตัวอย่างส่วนใหญ่มักเข้าชมเทศกาลดนตรีกับเพื่อน จำนวน 281 คิดเป็นร้อยละ 70.30 ซึ่งพื้นที่ที่ตัวอย่างเข้าชมงานเทศกาลดนตรีบ่อยที่สุด ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรี จำนวน 60 ตัวแปร พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรกในภาพรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านกลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategy and Marketing Communication) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47) โดยเรื่องที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ข้อมูลที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37) โดยเรื่องที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ การใช้แสง สี เสียง เพื่อสร้างประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44) และปัจจัยที่ 3 ได้แก่ อาหารเครื่องดื่มและของที่ระลึก (Catering and Souvenirs) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) โดยเรื่องที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1
แสดงค่าเฉลี่ยตัวประกอบปัจจัยงานเทศกาลดนตรี

คุณลักษณะ	น้ำหนักขององค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ชื่อกลุ่มปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- การประชาสัมพันธ์	.799	4.52	0.66	กลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategy and Marketing Communication)	4.47	0.58
- การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง	.770	4.54	0.66			
- การจัดจำหน่ายบัตรออนไลน์	.746	4.50	0.68			
- การสื่อสารข้อมูลที่เพียงพอ	.742	4.50	0.68			
- การสื่อสารผ่านแฟนเพจอย่างเป็นทางการ	.680	4.41	0.73			
- การสื่อสารผ่านเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ	.657	4.41	0.74			
- การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย	.640	4.45	0.69			
- การสื่อสารคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง	.629	4.38	0.72			
- การกำหนดวัน เวลาจัดงาน	.614	4.48	0.71			
- การกำหนดสถานที่จัดงาน	.580	4.48	0.68			
- การกำหนดรายชื่อศิลปินที่จัดแสดง	.568	4.52	0.68			
- การกำหนดระยะเวลาแสดงของศิลปิน	.521	4.43	.070			
- การกำหนดราคาขายบัตร	.511	4.46	0.71	สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการทั่วไป (Facilities and General Management)	4.24	0.66
- การจราจรเข้า-ออกงาน	.782	4.06	0.98			
- ห้องนั่งและสิ่งอำนวยความสะดวก	.777	4.00	1.03			
- จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	.761	4.32	0.74			
- มาตรการป้องกันความปลอดภัย	.759	4.32	0.76			

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณลักษณะ	น้ำหนักขององค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ชื่อกลุ่มปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ความเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่	.741	4.30	0.75	สถานที่จัดงาน และการเข้าถึง (Venue and Accessibility)	4.31	0.69
- การดูแลต้อนรับที่ดี	.721	4.13	0.78			
- มองเห็นเจ้าหน้าที่ได้ทันทีกรณีฉุกเฉิน	.711	4.25	0.81			
- จุดบริการปฐมพยาบาล	.707	4.35	0.75			
- เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรมอย่างดี	.684	4.29	0.76			
- ป้ายชี้ทางในงาน	.649	4.32	0.78			
- เวลาเปิดประตูทำงาน	.647	4.29	0.74			
- การควบคุมการขยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	.614	4.29	0.77			
- ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย	.717	4.30	0.86			
- มองเห็นเวทีได้ชัดเจนจากทุกจุด	.712	4.30	0.84			
- มีบริการที่รวดเร็วในการเข้าชมงาน	.696	4.33	0.79			
- ที่นั่งชมดนตรีที่สะดวกสบาย	.693	4.29	0.81			
- รองรับบริการเข้าร่วมงานสำหรับผู้พิการ	.687	4.20	0.90			
- รองรับจำนวนผู้ร่วมงานทั้งหมด	.681	4.36	0.82			
- มีป้ายบอกทางในการไปสถานที่จัดงาน	.666	4.38	0.76			
- ค่าใช้จ่ายไปยังสถานที่จัดงานเหมาะสม	.660	4.23	0.81			
- เดินทางสะดวก	.655	4.36	0.81			
- ระยะเวลาเดินทางไม่นาน	.648	4.15	0.85			

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณลักษณะ	น้ำหนักขององค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ชื่อกลุ่มปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- สถานที่จัดมีมาตรฐานและปลอดภัย	.642	4.40	0.74			
- สถานที่จัดงานเหมาะสมกับการใช้เสียง	.546	4.43	0.73			
- ของที่ระลึกเพียงพอต่อความต้องการ	.741	4.28	0.79	อาหารเครื่องดื่มและของที่ระลึก	4.33	0.62
- ของที่ระลึกหลากหลายและสวยงาม	.719	4.2	0.75	(Catering and Souvenirs)		
- มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึก	.711	4.31	0.76			
- จัดผู้มีจำหน่ายสินค้าตรงตามทีมงาน	.700	4.21	0.70			
- อาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย	.678	4.41	0.73			
- บริการอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว	.670	4.41	0.73			
- จำนวนจุดจำหน่ายของที่ระลึก	.664	4.30	0.77			
- ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม	.650	4.44	0.73			
- ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	.611	4.36	0.74			
- มีแพคเกจขายบัตรพร้อมของที่ระลึก	.450	4.30	0.78			
- มีแลนด์มาร์คสำหรับถ่ายภาพ	.629	4.33	0.77	การออกแบบประสบการณ์	4.37	0.61
- การออกแบบภูมิทัศน์ และตกแต่งสถานที่	.544	4.43	0.70	(Experience Design)		
- กิจกรรมย่อยภายในงาน	.517	4.20	0.84			
- การออกแบบเวที	.513	4.42	0.70			
- การออกแบบกราฟิกและวีซล	.504	4.40	0.72			
- เทคนิคและการออกแบบ แสง สี	.496	4.44	0.70			

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณลักษณะ	น้ำหนักขององค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ชื่อกลุ่มปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- คุณภาพของระบบเสียง	.48	4.40	0.70	ผู้จัดงาน (Event Organizer)	4.07	0.72
- การออกแบบปฏิสัมพันธ์	.451	4.34	0.75			
- ความเชื่อมั่นที่มีต่อผู้จัดงาน	.805	3.96	0.95			
- ผลงานและประสิทธิภาพของผู้จัดงาน	.795	4.13	0.84			
- ชื่อเสียงของผู้จัดงาน	.792	4.01	0.88			
- ความสามารถในการเชิญศิลปินที่มีชื่อเสียง	.740	4.19	0.85			
- ความสามารถในการเชิญศิลปินหลากหลาย	.470	4.07	0.91			

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดงานเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นในประเทศไทย

จากตัวแปรปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทย จำนวน 60 ตัวแปร ซึ่งก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยผู้วิจัยทำการทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรโดยใช้สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่า KMO เท่ากับ 0.973 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.80 แสดงว่า ข้อมูลดังกล่าวสามารถใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยได้ดี (กลายา วณิชย์บัญชา, 2551) ในขณะที่ค่าสถิติของ Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ตัวแปรย่อยแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ โดยการจำแนกนั้นตัวแปรแต่ละข้อที่สร้างขึ้นต้องมีความสัมพันธ์กันไม่น้อยกว่า 0.40 (Hair et al., 1998)

จากนั้นจึงทำการสกัดตัวประกอบ (Factor Extraction) ของตัวแปร 60 ตัวแปร ด้วยการหมุนแกนแบบตั้งฉากด้วยวิธี Varimax เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ซึ่งตั้งชื่อองค์ประกอบไปปัจจัยการจัดเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นในประเทศไทยได้ 6 องค์ประกอบ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 71.320 ของความแปรปรวนสะสมทั้งหมดคือ 1. ปัจจัยกลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategy and Marketing Communication) ค่าไอเกน (9.538) 2. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก (Facilities and General Management) ค่าไอเกน (9.181) 3. ปัจจัยสถานที่จัดงาน และการเข้าถึง (Venue and Accessibility) ค่าไอเกน (8.078) 4. ปัจจัยอาหารเครื่องดื่มและของที่ระลึก (Catering and Souvenirs) ค่าไอเกน (7.827) 5. ปัจจัยการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) ค่าไอเกน (4.311) และ 6. ปัจจัยผู้จัดงาน (Event Organizer) ค่าไอเกน (3.856)

ตารางที่ 2

จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอแกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน ค่าร้อยละ ของความแปรปรวนสะสม และค่าพิสัยน้ำหนักรของข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	จำนวน ตัวแปร	ค่าไอแกน	ค่าร้อยละ ของความ แปรปรวน	ค่าร้อยละ ของความ แปรปรวน สะสม	ค่าพิสัย น้ำหนักรของ องค์ประกอบ
1. กลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategy and Marketing Communication)	13	9.538	15.897	15.897	0.511–0.799
2. สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการทั่วไป (Facilities and General Management)	12	9.181	15.301	31.198	0.614–0.782
3. สถานที่จัดงาน และการเข้าถึง (Venue and Accessibility)	12	8.078	13.464	44.662	0.546–0.717
4. อาหารเครื่องดื่มและของที่ระลึก (Catering and Souvenirs)	10	7.827	13.046	57.707	0.450–0.741
5. การออกแบบประสบการณ์ (Experience Design)	8	4.311	7.185	64.893	0.451–0.629
6. ผู้จัดงาน (Event Organizer)	5	3.856	6.427	71.320	0.470–0.805

องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยกลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategic and Marketing Communication) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับ 1 ค่าเฉลี่ย (4.47) มีจำนวนตัวแปรทั้งสิ้น 13 ตัวแปร ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง การจัดจำหน่ายบัตรออนไลน์ การสื่อสารข้อมูลที่เพียงพอการสื่อสารผ่านแฟนเพจอย่างเป็นทางการ การสื่อสารผ่านเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย การสื่อสารคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง การกำหนดวัน เวลาจัดงาน การกำหนดสถานที่จัดงาน การกำหนดรายชื่อศิลปินที่จัดแสดง การกำหนดระยะเวลาแสดงของศิลปิน การตั้งราคาขายบัตร โดยตัวแปรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย (4.54) ซึ่งสอดคล้อง Smith and Hanover (2016) ที่เสนอให้การจัดงานอีเวนต์ควรมีการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านสื่อสังคมก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน

องค์ประกอบที่ 2 ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการทั่วไป (Facilities and General Management) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับที่ 5 ค่าเฉลี่ย (4.24) มีจำนวนตัวแปรทั้งสิ้น 12 ตัวแปร ได้แก่ การจราจรเข้า-ออกงาน ห้องน้ำและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มาตรการป้องกันความปลอดภัย ความเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่ การดูแลต้อนรับที่ดี

มองเห็นเจ้าหน้าที่ได้ทันทีกรณีฉุกเฉิน จุดบริการปฐมพยาบาล เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรมอย่างดี ป้ายชี้ทางในงาน เวลาเปิดประตูเข้างาน และการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยตัวแปรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ จุดบริการปฐมพยาบาล ค่าเฉลี่ย (4.35) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gaft (2019) ที่พบว่าความปลอดภัยเป็นตัวแปรสำคัญอันดับต้นของการประเมินคุณภาพบริการในเทศกาลดนตรีที่ผู้ร่วมงานให้ความสำคัญ รวมถึง Derrett (2016) กล่าวว่า การมีป้ายชี้ทางเพื่อสื่อสาร การดูแลเรื่องความปลอดภัย การต้อนรับและดูแลที่ติจากพนักงานสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับงานเทศกาลดนตรีได้

องค์ประกอบที่ 3 ปัจจัยสถานที่จัดงาน และการเข้าถึง (Venue and Accessibility) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับที่ 4 ค่าเฉลี่ย (4.31) มีจำนวนตัวแปรทั้งสิ้น 12 ตัวแปร ได้แก่ ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย มองเห็นเวทีได้ชัดเจนจากทุกจุด มีบริการที่รวดเร็วในการเข้าชมงาน ที่นั่งชมดนตรีที่สะดวกสบาย รองรับการแข่งขันสำหรับผู้พิการ รองรับจำนวนผู้เข้าชมงาน มีป้ายบอกทางในการไปสถานที่จัดงาน ค่าใช้จ่ายไปยังสถานที่จัดงาน การเดินทางสะดวก ระยะเวลาเดินทาง สถานที่จัดมีมาตรฐานและปลอดภัย สถานที่จัดงานเหมาะสมกับการใช้เสียง โดยตัวแปรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่จัดงานเหมาะสมกับการใช้เสียง ค่าเฉลี่ย (4.43) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดงานเทศกาลดนตรีเป็นการแสดงดนตรีสด ต้องมีการใช้เสียง โดยผู้เข้าชมงาน ศิลปิน และผู้ที่เกี่ยวข้องต่างคาดหวังการแสดงที่สามารถชดเชยภาพของเสียงอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้มีความสุข ความผ่อนคลาย หรือเกิดแรงบันดาลใจ (Ballantyne et al., 2014)

องค์ประกอบที่ 4 ปัจจัยอาหารเครื่องดื่มและของที่ระลึก (Catering and Souvenirs) เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับที่ 3 (4.33) มีจำนวนตัวแปรทั้งสิ้น 10 ตัวแปร ได้แก่ ของที่ระลึกเพียงพอต่อความต้องการ ของที่ระลึกหลากหลายและสวยงาม มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึก จัดจำหน่ายสินค้าตรงตามธีมงาน อาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย บริการอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว จำนวนจุดจำหน่ายของที่ระลึก ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึกราคาไม่แพง มีแพคเกจขายบัตรพร้อมของที่ระลึก โดยตัวแปรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย (4.44) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดงานเทศกาลดนตรีมักจัดในสถานที่ปิด สถานที่เฉพาะ มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก หากมีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่ตั้งราคาขายที่แพงเกินไป อาจทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกเหมือนถูกเอาเปรียบ รวมถึงหากมีจำนวนร้านค้าไม่เพียงพอไม่มีความหลากหลาย มีบริการที่ช้า ทำให้เกิดการรอคิวนาน อาจส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานเสียอารมณ์ของการชมดนตรีและมีประสบการณ์ที่ไม่ดีกับงานเทศกาล สอดคล้องกับ Gaft (2019) พบว่า ผู้เข้าร่วมงานเทศกาลต้องการความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม และเสนอให้มีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้น รวมถึงจะมีการนำไปเปรียบเทียบกับเทศกาลดนตรีอื่น ๆ ว่ามีอาหารคุณภาพดีกว่าหรือไม่

องค์ประกอบที่ 5 ปัจจัยการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่สอง ค่าเฉลี่ย (4.37) มีจำนวนตัวแปรทั้งสิ้น 7 ตัวแปร ได้แก่ มีแลนด์มาร์คสำหรับถ่ายภาพ การออกแบบภูมิทัศน์และตกแต่งสถานที่ กิจกรรมย่อยภายในงาน การออกแบบเวที การออกแบบกราฟิกและวิช่วล เทคนิคและการออกแบบ แสง สี คุณภาพของระบบเสียง และการออกแบบปฏิสัมพันธ์ โดยตัวแปรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ เทคนิคและการออกแบบ แสง สี ค่าเฉลี่ย (4.44) สอดคล้องกับงานวิจัยของ คิริทิพ บุญแยม (2562) ที่เสนอแนะให้มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการจัดงานเทศกาลดนตรี รวมถึงชาคริต รถทอง (2561) ที่พบว่า คุณภาพของมัลติมีเดีย แสง สี เสียง เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคตัดสินใจเข้าชมงานเทศกาลดนตรี นอกจากนี้ Manners et al. (2012) ได้กล่าวว่า ในงานเทศกาลดนตรีผู้จัดงานจะต้องควบคุมแสง เสียง การตกแต่ง และเครื่องดนตรีควรมีคุณภาพสูงที่สุด เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับผู้เข้าชมที่เข้าร่วมงานดนตรี รวมถึงควรมีการตรวจสอบด้านเทคนิคอย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนการแสดง

องค์ประกอบที่ 6 ปัจจัยผู้จัดงาน (Event Organizer) เป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับที่หก ค่าเฉลี่ย (4.07) มีจำนวนตัวแปรทั้งสิ้น 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อมั่นที่มีต่อผู้จัดงาน ผลงานและประสบการณ์ของผู้จัดงาน ชื่อเสียงของผู้จัดงาน ความสามารถในการเชิญศิลปินมีชื่อเสียง และความสามารถในการเชิญศิลปินหลากหลาย โดยตัวแปรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสามารถในการเชิญศิลปินมีชื่อเสียง ค่าเฉลี่ย (4.19) รองลงมาเป็นผลงานและประสบการณ์ของผู้จัดงาน สอดคล้องงานวิจัยของธรรมยุทธ์ จันทร์ทิพย์ และพรพรหม ชมงาม (2565) ที่พบว่า เด็กวัยรุ่นที่เข้าร่วมเทศกาลดนตรีให้ความสำคัญกับความสามารถของผู้จัดเทศกาลดนตรี ความน่าเชื่อถือของผู้จัดเทศกาลดนตรี ความเอื้อเฟื้อของผู้จัดเทศกาลดนตรี และความมีชื่อเสียงของผู้จัดเทศกาลดนตรี รวมถึงยังพบว่า ความสัมพันธ์ของกระบวนการตัดสินใจซื้อมีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรี

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากผลงานวิจัย การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรี ผู้ประกอบการผู้จัดเทศกาลดนตรี องค์กรภาครัฐและเอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยในการงานจัดเทศกาลดนตรี จำนวน 6 ปัจจัย เรียงตามระดับความสำคัญของปัจจัย ได้แก่ 1. กลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategy and Marketing Communication) 2. การออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) 3. อาหารเครื่องดื่ม และของที่ระลึก (Catering and Souvenirs) 4. สถานที่จัดงานและการเข้าถึง (Venue and Accessibility) 5. สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการทั่วไป (Facilities and General Management) และ 6. ผู้จัดงาน (Event Organizer) เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวสามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ และความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมงานได้ โดยสามารถนำสิ่งที่ค้นพบจากงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ และกำหนดองค์ประกอบของการจัดงาน รวมถึงวิธีการในการสร้างประสบการณ์คุณภาพให้กับผู้เข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

ระดับความสำคัญของปัจจัยการจัดงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทย ที่ตัวอย่างให้ระดับความสำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. กลยุทธ์และการสื่อสารการตลาด (Strategy and Marketing Communication) ผู้จัดเทศกาลดนตรีและผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารงานเทศกาลดนตรีอย่างมีกลยุทธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียอย่างเป็นทางการของผู้จัดงาน เช่น แฟนเพจ เว็บไซต์ และโซเชียลมีเดียที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เน้นการทำคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง ทั้งก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน เพื่อสร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง รวมถึงเป็นแพลตฟอร์มหรือชุมชนบนออนไลน์ที่สามารถสื่อสารระหว่างผู้จัดงานและผู้ร่วมงาน ซึ่งจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี (Good Relationship) สามารถสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) และเกิดการสนับสนุนจากผู้เข้าร่วมงานโดยการสื่อสารเชิงบวกแบบปากต่อปาก (Positive Word of Mouth) เกี่ยวกับความชอบ ความประทับใจ และประสบการณ์ที่ได้รับจากงานเทศกาลดนตรี นอกจากนี้ อีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญของการจัดเทศกาลดนตรีที่ผู้จัดงานต้องให้ความสำคัญ คือ การกำหนดรายชื่อศิลปินที่จัดแสดง เพราะเป็นตัวแปรที่มีระดับความสำคัญต่อการเข้าร่วมเทศกาลดนตรีของกลุ่มตัวอย่างที่ค้นพบจากงานวิจัยครั้งนี้

2. การออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) ด้วยเทศกาลดนตรีเป็นการสร้างประสบการณ์กับผู้ชมได้แบบถึงเนื้อถึงตัว ดังนั้นผู้จัดงานเทศกาลดนตรีและผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการออกแบบประสบการณ์ในการชมดนตรี ได้แก่ เทคนิคและการออกแบบแสง สี คุณภาพของระบบเสียง การออกแบบกราฟิก และวิช่วล เพราะผู้ชมส่วนใหญ่ที่เข้าชมงานจะคาดหวังอรรถรสด้านดนตรี บรรยากาศที่สร้างประสบการณ์ อารมณ์ร่วมที่เพลิดเพลินไปกับการเสพดนตรี นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรยากาศงาน ได้แก่ การออกแบบภูมิทัศน์และการตกแต่งสถานที่ให้มีสุนทรีย์และความงามในการออกแบบองค์ประกอบต่าง ๆ ตรงตามธีม เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ชมกับงานเทศกาลดนตรี

3. อาหารเครื่องดื่มและของที่ระลึก (Catering and Souvenirs) ผู้จัดงานเทศกาลดนตรีและผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการบริหารจัดการงานเทศกาลดนตรี โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอาหารและเครื่องดื่มในงานเทศกาลดนตรี ด้วยการคำนึงถึงเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลาย และการบริการที่รวดเร็ว เพราะผลการวิจัยพบว่า มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าประเด็นอื่น

4. สถานที่จัดงานและการเข้าถึง (Venue and Accessibility) ประเด็นที่ต้องพิจารณาและให้ความสำคัญกับการเลือกสถานที่จัดงานเทศกาลดนตรีเป็นอันดับแรกคือ สถานที่จัดงานเหมาะสมกับการใช้เสียง และสามารถมองเห็นเวทีได้ชัดเจนจากทุกจุด นอกจากนี้ สถานที่จัดงานเทศกาลดนตรีต้องได้มาตรฐานปลอดภัย มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และมีที่จอดรถพอเพียงสำหรับผู้เข้าชมงานเทศกาลดนตรี

5. สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริหารจัดการทั่วไป (Facilities and General Management) ผู้จัดงานเทศกาลดนตรีและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาประเด็นด้านความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานเป็นสิ่งสำคัญ โดยต้องมีจุดบริการปฐมพยาบาลภายในงาน มีมาตรการป้องกันความปลอดภัยที่ชัดเจน รวมถึงมีจำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่เพียงพอ และผู้เข้าร่วมงานสามารถมองเห็นเจ้าหน้าที่ได้ทันทีหากเกิดกรณีฉุกเฉิน

6. ผู้จัดงาน (Event Organizer) ผู้จัดงานเทศกาลดนตรีควรสร้างแบรนด์เทศกาลดนตรีของตนเองให้แข็งแกร่ง มีการแสดงศักยภาพด้านการเชิญศิลปินให้เป็นที่ประจักษ์ มีการสื่อสารเกี่ยวกับผลงานและประสบการณ์ให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง เพื่อสร้างชื่อเสียงและความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมายในการตัดสินใจเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมตามแนวคิดของงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจปัจจัยสำคัญของการจัดงานเทศกาลดนตรี ให้มีขอบเขตที่กว้างขวางมาก และลงรายละเอียดตั้งแต่ละองค์ประกอบมากยิ่งขึ้น

2. สามารถขยายผลการศึกษาไปยังกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการจัดงานเทศกาลดนตรี เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ผู้จัดงาน รวมถึงอาจจะทำการศึกษาในกลุ่มประชากรอื่น เช่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มนักท่องเที่ยว หรือขยายผลการศึกษากับกลุ่มประชากรในพื้นที่และจังหวัดอื่นของประเทศไทย อันจะส่งเสริมศักยภาพของ “เทศกาลดนตรี” ในบทบาทของการเป็นเครื่องมือที่ขับเคลื่อนประเทศภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจเทศกาล “Festival Economy” อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ธรรมสาร.
- จิรันธินัน กมลเลิศ. (2567, 3 พฤษภาคม). *คอนเสิร์ตระเบิดความมัน! ไทยจัด 900 งานในปีเดียว สร้างเงินสะพัดกว่า 2 หมื่นล้านบาท*. The Standard. <https://thestandard.co/thailand-900-concerts-in-one-year/>
- ชาคริต รทอง. (2561). *ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเข้าชมงานเทศกาลดนตรี EDM* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3048>
- ตรีทิพย์ บุญเยี่ยม. (2562). รูปแบบทางการตลาดและแนวโน้มธุรกิจการจัดแสดงดนตรีสดประเภทดนตรีสมัยนิยมในประเทศไทย. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 8(1), 174-193. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/article/view/198421>
- ธรรมยุทธิ จันทรทิพย์ และพรพรหม ชมงาม. (2565). กระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้าชมเทศกาลดนตรีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุโขทัยปริทัศน์*, 36(3), 24-42. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPU_Suthiparithat_Journal/article/view/260354
- นันทยา เสาทอง. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบัตรคอนเสิร์ตเทศกาลดนตรีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ช่วงยุคโควิด 19* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช]. STOU IR at Sukhothai Thammathirat Open University. <https://ir.stou.ac.th/handle/123456789/8400>
- เผ่าไท ผดุงสินธุ์. (2563). *การศึกษาค้นคว้าความต้องการดนตรีสมัยนิยมของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/3364>
- พรปวีณ์ ราชมิน. (2564). *ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลของงานเทศกาลดนตรี Music festival ที่มีผลต่อกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต One Day Program สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. http://www.mbaoneday-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2564-3-2_1682488821.pdf
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2561). *Introduction to MICE industry (MICE 101) วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ*. เอเอ็นที ออฟฟิศ เอ็กซ์เพรส.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2561). *Event 101 วิชาการจัดการอีเวนต์*. เอเอ็นที ออฟฟิศ เอ็กซ์เพรส.
- สิริมขญา ศิวาบุตร และสุพาดา สิริกุดตา. (2557). แรงจูงใจ การรับรู้ ความคาดหวัง และพฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 5(1), 25-42. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/4639>
- Allen, R. C. (2009). *The British industrial revolution in global perspective*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511816680>

- Ballantyne, J., Ballantyne, B., & Packer, J. (2014). Designing and managing music festival experiences to enhance attendees' psychological and social benefits. *Musicae Scientiae*, 18(1), 65-83. <https://doi.org/10.1177/1029864913511845>
- Bladen C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2012). *Events management*. Routledge.
- Borges, A. P., Rodrigues, P., & Matias, A. (2016). Customer satisfaction and expenditure behaviour in musical festivals: The optimus primavera sound case study. *Tourism Economics*, 22(4), 825-836. <https://doi.org/10.1177/1354816616654255>
- Chang, J. J., Chen, R. F., & Lin, C. L. (2022). Exploring the driving factors of urban music festival tourism and service development strategies using the modified SIA-NRM approach. *Sustainability*, 14, Article 7498. <https://doi.org/10.3390/su14127498>
- Derrett, R. (2016). *The complete guide to creating enduring festivals*. John Wiley & Son.
- Gaft, J. (2019). *Evaluating service quality at a music festival through customer satisfaction: Customer satisfaction at SaariHelvetti Music Festival* [Master's thesis, Tampere University of Applied Sciences]. THESEUS. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019102620258>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Prentice Hall.
- Lee, K. J. (2017). Cultural capital of visitors, classical music festival satisfaction, and quality of life. *Global Business & Finance Review*, 22(4), 1-14. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2017.22.4.1>
- Malhotra, N. K. (2009). *Marketing research: An applied orientation* (6th ed.). Prentice Hall.
- Manners, B., Kruger, M., & Saayman, M. (2012). Managing the beautiful noise: Evidence from the Neil Diamond show!. *Journal of Convention & Event Tourism*, 13(2), 100-120. <https://doi.org/10.1080/15470148.2012.679612>
- Mulder, M., & Hitters, E. (2021). Visiting pop concerts and festivals: Measuring the value of an integrated live music motivation scale. *Cultural Trends*, 30(4), 355-375. <https://doi.org/10.1080/09548963.2021.1916738>
- Smith, K., & Hanover, D. (2016). *Experiential marketing: Secrets, strategies, and success stories from the World's greatest brands*. John Wiley & Sons.
- Tangit, T. M., Kibat, S. A., & Adanan, A. (2016). Lesson in managing visitors experience: The case of Future Music Festival Asia (FMFA) 2014 in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 37, 25-27. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30092-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30092-2)
- Welthagen, L., & Lotter, M. (2020). Examining the relationship between music festival attributes and attendee satisfaction. *Journal for New Generation Sciences*, 18(2), 56-69. <https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/ejc-newgen-v18-n2-a5>
- Worrachananun, M., & Srisuksai, N. (2022). The correlation between perceived experience of music festivals, subjective norms, satisfaction, and electronic word of mouth intention. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 25(4), 1-9.

การศึกษาผลกระทบของผลการดำเนินงาน สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ต่อความยืดหยุ่นขององค์กร

Research on impact of ESG Performance on corporate resilience

Received: February 20, 2025

Revised: March 10, 2025

Accepted: March 12, 2025

หมิงต้า หลี่*

Mingda Li*

เสี่ยวหยิง ฉาง**

Xiaoying Chang**

*, **วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

*, **International College, Dhurakij Pundit University

*Email: limingda1111@qq.com

**Email: changxiaoying.f@163.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีการส่งสัญญาณเป็นกรอบทฤษฎีหลัก โดยตั้งอยู่บนบริบทการเปลี่ยนแปลงสู่การพัฒนาคุณภาพสูงของเศรษฐกิจจีน สร้างแบบจำลองทฤษฎีว่า ด้วยผลการดำเนินงานด้าน ESG ต่อความยืดหยุ่นขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้าน ESG กับความยืดหยุ่นขององค์กร โดยใช้แบบจำลองเอฟเฟกต์คงที่ แบบจำลองเอฟเฟกต์สไลด์กลาง และการวิเคราะห์ความหลากหลายกับตัวอย่างบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จีนในช่วงปี ค.ศ. 2010-2023 ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า 1. ผลการดำเนินงานด้าน ESG มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยืดหยุ่นขององค์กร 2. ความสามารถในการระดมทุนและการสนับสนุนจากรัฐบาลทำหน้าที่เป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานด้าน ESG กับความยืดหยุ่นขององค์กร 3. ผลการเสริมสร้างความยืดหยุ่นขององค์กรจาก ESG จะเด่นชัดกว่าในองค์กรขนาดใหญ่ ไม่เพียงแต่ให้แนวทางที่เป็นไปได้สำหรับองค์กรในการดำเนินแนวคิด ESG เพื่อบรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืนเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นฐานทางทฤษฎีสำหรับภาครัฐในการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเปิดเผยรายงาน ESG ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของทั้งภาคส่วนระดับจุลภาคและเศรษฐกิจโดยรวม

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ความยืดหยุ่นขององค์กร ศักยภาพทางการเงินขององค์กร การสนับสนุนจากภาครัฐ

Abstract

Taking signalling theory as the core theoretical foundation, this study builds a theoretical model of ESG performance on corporate resilience based on the realistic background of China's high-quality economic development and transformation. The purpose is to explore the influential relationship between ESG performance and corporate resilience. Fixed-effect model, mediation-effect model and heterogeneity analysis are used to study the sample of A-share listed companies in China's Shanghai and Shenzhen markets from 2010 to 2023, and the empirical results show that: 1. ESG performance positively affects corporate resilience; 2. financing ability and government support mediate the relationship between ESG performance and corporate resilience; 3. for large enterprises, the effect of ESG performance on corporate resilience improvement is more obvious. This study not only provides a feasible pathway for enterprises to actively implement ESG principles in pursuit of sustainable development but also offers a theoretical foundation for the government to promote corporate ESG disclosure, thereby contributing to the sustainable development of both micro-level entities and the broader socio-economic system.

Keywords: ESG Performance, Corporate Resilience, Financing Capacity, Government Support

Introduction

The ESG (Environmental, Social, and Governance) concept embodies the high-quality concept of the trinity of green economic development, social responsibility and effective corporate governance, and encourages enterprises to focus on long-term value, which is not only a cutting-edge criterion for evaluating the comprehensive capability of enterprises at present, but also an important hand in promoting the sustainable development of enterprises. Due to the deterioration of the environment, the macro-environmental uncertainty is increasing day by day, resulting in the current business problems occur frequently, it puts businesses in a difficult position to survive and thrive. To survive and develop in adversity, enterprises must have the resilience ability to withstand crises. Meanwhile, corporate resilience is the micro manifestation of macroeconomic resilience (Williams et al., 2017), which directly affects the resilience and security of the national industrial chain. The potential contributions of this paper are: (1) Explored the enhancement effect and mechanism of ESG performance on corporate resilience, which further enriches the research on the economic consequences of ESG performance and the factors influencing corporate resilience. (2) Enriched the innovation of research content based on Signaling Theory in the study of the relationship between the impact of ESG performance on corporate resilience.

Research Objectives

1. To reveal the extent and mechanism of the impact of ESG performance on corporate resilience.
2. To broaden the application scenarios of corporate ESG reports and provide relevant decision support and management suggestions for corporations.
3. To provide suggestions for realizing long-term sustainable development of corporations from a micro perspective, aiming to provide useful references for policymaking by government and other official organizations.

Literature Review

ESG performance: Research on the economic impact of ESG performance has focused on three areas: company value, investment and funding, and company risk. 1. The impact of ESG performance and firm value. Research has shown that good ESG performance can contribute to improved financial performance and higher firm value (Broadstock et al., 2020). 2. Wen et al. (2024), based on the exponential utility function, incorporate ESG scores and ESG risk (uncertainty factors) into active portfolio management and derive the analytical solution of the model. The study finds that ESG risk adjusts the optimal portfolio and helps to mitigate the loss caused by ESG deviation. 3. Research on ESG performance and firm risk. ESG performance is significantly negatively associated with firm risk-taking, and firms with good ESG performance tend to have lower levels of risk (Bouslah, 2018).

Corporate Resilience. Current academic research on the factors influencing corporate resilience mainly includes self-organizational factors and external social factors.

1. Self-organizational factors. Firms with self-efficacy personality traits, efficient organizational structure have a stronger ability to withstand sudden crises; in times of hardship and stress, capable leaders can lead employees and enterprises to quickly recover and return to their normal state (Hillmann & Guenther, 2020); good intra-organizational relationships can enhance trust among members, increase the degree of coordination and information sharing among members, and form psychological and social stability in adverse situations (Kim & Lim, 2020), all of which contribute to shaping and enhancing corporate resilience.
2. External social factors. Firms can use the social network relationships they have built to accelerate their recovery to their original state when facing difficulties (Waldman et al., 2001).

A review of the literature reveals the following. First, there is a paucity of research on the economic consequences of ESG performance that incorporates ESG performance and corporate resilience into the same framework. Second, the research on the factors affecting corporate resilience is still insufficient, and there is a lack of research on the relationship between ESG performance and corporate resilience using Financing Capacity and Government Support as mediating variables.

Hypothesis Development

The impact of ESG performance on corporate resilience. ESG performance covers a variety of dimensions, such as environmental, social, and corporate governance, and the ESG evaluation system integrates several corporate indicators and performs complex composite calculations, reflecting the comprehensive development quality of the enterprise (Yoon et al., 2018). According to the Signaling Theory, a company's information disclosure system can send signals to external information users about the current status of the company's operations and the direction of its development, and companies with better ESG performance will disclose the relevant information more proactively, which improves the company's information transparency. it sends signals to relevant stakeholders about its good ESG performance, sends positive signals about the company's high-quality and sustainable development, and attracts the attention of stakeholders with environmental preferences and long-term value-seeking stakeholders (Bissoondoyal-Bheenick et al., 2023). which in turn enhances the company's ability to anticipate, adapt to, and withstand external risks with the support of resources from multiple stakeholders, i.e., Good ESG performance plays a positive role in corporate resilience. Based on the above analysis, this study proposes Hypothesis 1:

H1: ESG performance has a positive impact on corporate resilience.

ESG Performance, Financing Capability and Corporate Resilience. A company's financing capability refers to its ability to make the least costly choice among various financing instruments and to raise the required funds in full and on time. On the one

hand, good ESG performance helps to improve corporate financing channels, and using good ESG performance as a positive signal can be transmitted to the securities market, third-party financial institutions such as banks, upstream and downstream of the supply chain, and other stakeholders to obtain financing support (McCahery et al., 2016). Good ESG performance strengthens the cooperative relationship among multiple supply chain members, such as consumers, suppliers, and platforms (Allen et al., 2005), which enhances the creditworthiness of companies and thus reduces their financing pressure. In particular, suppliers, third-party financial institutions, and bond issuance serve as important sources of corporate financing, and good ESG performance is more conducive to corporate access to supply chain credit funds, lower-cost long-term loans, and bond financing by increasing the confidence of all stakeholders in corporate development (Apergis et al., 2022). Which is reflected in the improvement of corporate resilience. Based on the above analysis, this study proposes Hypothesis 2:

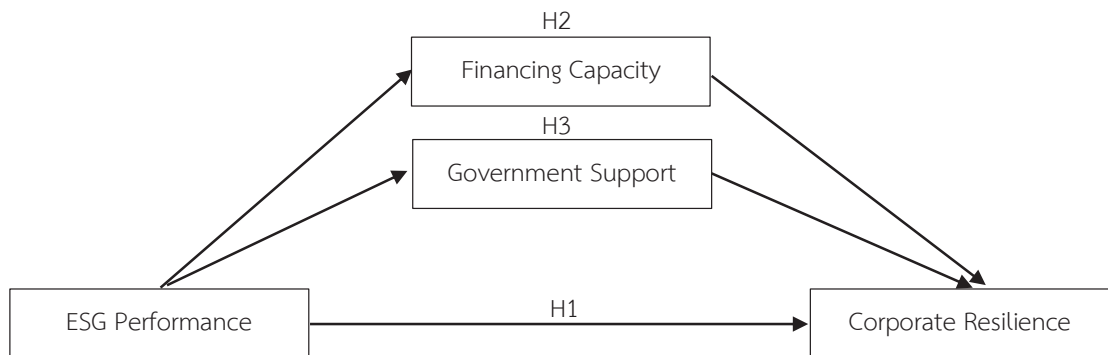
H2: Financing capability plays a mediating effect in the mechanism of the positively correlated impact relationship between ESG performance and corporate resilience.

ESG performance, government support, and corporate resilience. Good ESG performance by obtaining government support can generate the power of government incentives, such as improving the external institutional environment of enterprises, releasing policy signals (Bamgbade et al., 2017), which has a positive effect on enhancing corporate resilience. 1. The improvement of the external institutional environment of enterprises can enhance the productivity of enterprises and improve the quality of their products, which can help enterprises to adjust their configuration in response to changes in external conditions (Mccarthy et al., 2017) and allocate available resources more rationally, thereby improving resource utilization and promoting high-quality sustainable enterprise development, which can enhance the resilience of corporations for sustainable development. 2. The government issues policy signals that strongly support and protect the survival and development of enterprises, which can enhance the trust of all parties to improve cohesion, and improve the vitality of enterprise survival and development. Based on the above analysis, this study proposes Hypothesis 3:

H3: Government support plays a mediating effect in the mechanism of the positively correlated impact relationship of ESG performance on corporate resilience.

Figure 1

Research Conceptual Framework



Empirical Design and Sample Selection

This study is based on a sample of A-share listed companies in China's Shanghai and Shenzhen markets from 2010 to 2023, a total of 26,720 samples from 3,836 listed companies spanning were ultimately selected. and the sample is screened: first, financial and insurance and real estate listed companies are excluded; second, samples with special status such as ST, PT and samples with missing financial data are excluded.all continuous variables required for the empirical analysis were winsorized at the 1% and 99% levels. The data used in this study are from (CSMAR) and (WIND), and the data of macroeconomic variables are from China Statistical Yearbook.

Explanatory Variables ESG Performance (ESG). This study assigns values 1-9 to each of the nine grades in the CSI ESG ratings. respectively, and the annual median of the ESG scores is used as a measure of the ESG performance of the sample companies, which is referred to as ESG, and the larger the score, the better the ESG performance of that company.

Explained variable corporate resilience (Res). This study deconstructs corporate resilience into shock absorption capacity and resilient growth capacity, Shock absorbing capacity is measured by the standard deviation of a company's monthly stock returns in the current year. resilient growth capacity is measured by the cumulative sales growth of the company during the year. Finally, the entropy weighting method is used to calculate the above two indicators to obtain a comprehensive score of corporate resilience, labeled Res, which indicates that the larger the value of the score, the stronger the corporate resilience.

The intermediate variable Financing Capacity (FCA). In this study, the FCA indicator is constructed as the “absolute value of the SA index”. “SA Index = $-0.727 \times \text{SIZE} + 0.043 \times \text{SIZE}^2 - 0.04 \times \text{Age}$ ”. Where the formula SIZE = $\ln(\text{total assets} / 1 \text{ million})$, Age is the age of the company (listed), SA index is negative, the greater the absolute value of SA, the greater the financing constraints of the company. The worse the financing capacity.

Mediating variable government support (Support). In this study, it is measured by dividing the total value of the amount of government grants received by firms by 100,000,000 adjusted size based on the government grant entries in (CSMAR). A larger ratio of government support (Support) indicates a higher intensity of government support.

Control variables. (1) Net profit margin of total assets (ROA). (2) Fixed assets ratio (FIR). Measured by the ratio of property, plant and equipment to total assets. (3) Concentration of shareholdings (TOF). Measured by the sum of the shareholdings of the company's top five shareholders as the degree of equity concentration. (4) Age of the firm (AGE). Measured by the natural logarithm of the age of the firm. (5) Market capitalization to book value ratio (PTB). Measured by the ratio of net assets to total market capitalization B. (6) Asset structure (CAS). Measured by the ratio of net fixed assets and net inventories to total assets. The year dummy variable (YEAR) is also included in this study to control for the effect of time on the results of the study. To examine the impact of ESG performance on corporate resilience, this study constructs a two-way fixed effects Model (1) to regress hypothesis H1:

$$Res_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 ESG_{i,t} + \alpha_t Controls + u_i + v_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

where is the corporate resilience of firm i in year t; denotes the ESG performance of firm i in year t; Controls denotes other control variables that include firm characteristics. In this study, the regression coefficients α_1 in Model (1) are expected to be significantly positive, indicating that there is a significant positive relationship between ESG performance and firm resilience, thus testing the H1 hypothesis. Following the practice of most scholars, this study adopts a stepwise regression model to explore the mediating effect. Model (2) and Model (3) are constructed:

$$MeD_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ESG_{i,t} + \beta_t Controls + u_i + v_t + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

$$Res_{i,t} = \gamma_0 + \gamma_1 ESG_{i,t} + \gamma_t MeD_{i,t} + \gamma_t Controls + u_i + v_t + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

where are the mediating variables, including financing ability (FCA) and government support (Support). If the coefficient β_1 in Model (2) and the coefficient γ_2 in Model (3) are significant, then the mediating effect exists. Verify that hypotheses H2 and H3 are valid.

Analysis of Empirical Results

Table 1 shows the results of descriptive statistics. In corporate resilience (Res), the minimum value is 0.00, and the maximum value is 1.00, indicating that the sample corporate resilience varies widely, while the sample mean is at 0.5049, indicating that the distribution of corporate resilience is very different, despite the large differences in resilience among individuals, but can show a certain normal distribution pattern. The explanatory variable ESG Performance, with a minimum value of 1.00, a maximum value of 8.00 and a mean of 4.1149, suggests that the ESG ratings of the sample companies are more evenly distributed, with half of the companies' ratings clustered in the middle and upper scores.

Table 1

ESG Performance and Corporate Resilience: Descriptive Statistics Table

Variable	N	Mean	S.D.	Min	Median	Max
Res	26720	0.5049	0.312	0.00	0.60	1.00
ESG	26720	4.1149	0.978	1.00	4.00	8.00
FCA	26720	3.8592	0.273	1.80	3.87	5.73
Support	26720	0.7759	3.524	0.00	0.18	193.80
ROA	26720	0.0342	0.072	-0.99	0.03	1.28
FIR	26720	0.9199	0.095	0.06	0.95	1.00
TOF	26720	51.1267	15.450	0.81	50.62	99.23
AGE	26720	2.9696	0.314	1.39	3.00	4.19
PTB	26720	0.5882	0.272	0.00	0.56	1.90
CAS	26720	0.3602	0.171	0.00	0.35	0.97

The column in Table 2 Model 1 is presented shows the results of the regression, which is significant at the 1% level. the column where Model 2 is presented shows the regression results with the addition of control variables and the regression coefficient is 0.0025 which is significant at 1% level. It indicates that ESG performance has a positive effect on corporate resilience. Hypothesis H1 is verified. After adding control variables to Model 2, only the regression coefficients of the three control variables, the ratio of tangible assets (FIR), the concentration of equity (TOF), and the ratio of market capitalization book-to-bill (PTB), are 0.2333, 0.0002, and 0.0527, respectively, all of which are significant at the 1% level. This indicates that the higher the tangible assets ratio, the higher the equity concentration, and the higher the market capitalization book-to-bill ratio, the greater the effect on improving corporate resilience.

Table 2*ESG Performance and Corporate Resilience: Benchmark Model Regression Results*

	Model 1	Model 2
	Res	Res
ESG	0.0030***	0.0025***
	(7.461)	(6.281)
ROA		0.0043
		(0.803)
FIR		0.0233***
		(4.991)
TOF		0.0002***
		(5.057)
AGE		-0.0003
		(-0.048)
PTB		0.0527***
		(15.415)
CAS		-0.0018
		(-0.585)
_cons	0.0145***	-0.0373**
	(3.038)	(-2.127)
Year	Yes	Yes
ID	Yes	Yes
N	26720	26720
Adj.R2	0.987	0.987
F	6.2e+04	5.9e+04

Robust t-statistics in parentheses. *, **, and *** indicate two-tailed p-value is less than 0.10, 0.05, and 0.01, respectively.

To investigate the mediation effect. Firstly, the constructed Model (1) is used to test the relationship between the effects of ESG performance (ESG) and corporate resilience (Res), and the first step is empirically validated. Secondly, (FCA) was added to Model (2), and the regression coefficient was -0.0048, which was significant at 1% level, and (Support) was added to Model (2), and the regression coefficient was 0.1109, which was significant at 1% level. Third step, the (FCA) is added to Model (3), and the regression coefficient is -0.0147, which is significant at the 10% level; and the regression results of (Support) are added to

Model (3), which shows that the regression coefficient is -0.0010, which is significant at the 1% level. Then, the mediating effect of Financing capacity and Government support is valid, Hypotheses H2 and H3 are valid. Meanwhile, the regression coefficients are significant at 1% level then it indicates that the mediating effect is partially mediated. The results are shown in Table 3.

Table 3

A Test of the Mediating Effect of Financing Capacity and Government Support

	Model 3 FCA	Model 4 Res	Model 5 Support	Model 6 Res
ESG	-0.0048*** (-5.963)	0.0025*** (6.082)	0.1109*** (6.630)	0.0026*** (6.468)
FCA		-0.0147* (-1.672)		
Support				-0.0010*** (-2.905)
ROA	0.0087 (0.938)	0.0044 (0.828)	0.0318 (0.138)	0.0043 (0.807)
FIR	-0.0535*** (-3.637)	0.0225*** (4.867)	-0.0132 (-0.056)	0.0233*** (4.978)
TOF	-0.0010*** (-6.310)	0.0002*** (4.762)	0.0092*** (3.299)	0.0002*** (5.337)
AGE	-0.0163 (-0.697)	-0.0005 (-0.088)	1.3307** (2.481)	0.0011 (0.188)
PTB	0.0041 (0.717)	0.0528*** (15.406)	0.4274** (2.435)	0.0532*** (16.009)
CAS	-0.0199* (-1.748)	-0.0021 (-0.679)	0.0045 (0.014)	-0.0018 (-0.580)
_cons	3.7166*** (55.444)	0.0172 (0.551)	-4.0887*** (-2.812)	-0.0414** (-2.441)
Year	Yes	Yes	Yes	Yes
ID	Yes	Yes	Yes	Yes
N	26720	26720	26720	26720
Adj.R ²	0.963	0.963	0.698	0.987
F	873.0004	873.0004	5.8794	6.0e+04

Robust t-statistics in parentheses. *, **, and *** indicate two-tailed p-value is less than 0.10, 0.05, and 0.01, respectively.

This study uses grouped sample regression to examine the effect of differences in the size of firms. A dummy variable (Size) was created to reflect these differences. The dummy variable was constructed to reflect differences in firm size by grouping firms by median firm size. Large-scale firms were assigned a value of 1, and small-scale firms were assigned a value of 0. The regression results are shown in Table 4. Model 7 shows the regression results for large-scale firms. The regression coefficient is 0.0028, which is significant at the 1% statistical level. Model 8 shows the regression results for small-scale firms. The regression coefficient is 0.0015, which is not significant. We also conducted a Chow intergroup coefficients test with an empirical P-value of 0.0000, which passed the intergroup coefficients test. The statistical results show higher and significant regression coefficients for large-scale firms.

Table 4

Analysis of Firm Size Heterogeneity

	Model 7: large-scale firms	Model 8: small-scale firms
	Res	Res
ESG	0.0028***	0.0015
	(5.664)	(1.562)
ROA	0.0138**	-0.0113
	(2.009)	(-1.271)
FIR	0.0146**	0.0456***
	(2.320)	(4.235)
TOF	0.0002***	0.0002**
	(5.027)	(2.337)
AGE	0.0012	-0.0090
	(0.141)	(-0.846)
PTB	0.0516***	0.0919***
	(13.571)	(15.353)
CAS	-0.0025	-0.0052
	(-0.731)	(-0.697)
_cons	-0.0355	-0.0446
	(-1.533)	(-1.438)
Year	Yes	Yes
ID	Yes	Yes
N	19221	7499
Adj.R ²	0.986	0.989
F	8.3e+04	3.4e+04

Robust t-statistics in parentheses. *, **, and *** indicate two-tailed p-value is less than 0.10, 0.05, and 0.01, respectively.

Results and Discussions

Results: The main regression results indicate a coefficient of 0.0030, significant at the 1% level, providing strong evidence for the main hypothesis. Furthermore, the mediation model tests are significant at the 10% and 1% levels, respectively, demonstrating the presence of a mediation effect. 1. Good ESG performance of firms can significantly improve their corporate resilience; 2. ESG performance affects corporate resilience through Financing capacity and obtaining government support; 3. Heterogeneity study finds that the ESG performance of large-scale firms contributes more significantly to corporate resilience than that of small-scale firms.

Discussions: This study offers a novel perspective on the impact of ESG performance on corporate resilience, wherein we consider the heterogeneity of firm size and explore the mediating role of financing capacity and government support. The integration of ESG concepts into strategic decisions of firms not only provides novel ideas for future sustainable development, but also encourages firms to embrace ESG concepts and adapt to sustainable development trends, thereby realizing both economic and social benefits. It also serves as a guide for investors, prompting them to prioritize ESG performance, with the potential to mitigate investment risks, generate long-term value, and contribute positively to the sustainable development of society. However, the impact of ESG is inherently long-term, and due to objective limitations, many companies with relatively short listing periods also have shorter research periods, which cannot fully reflect the long-term impact of ESG.

Conclusions and Recommendations

Conclusions: Firstly, it is evident that firms have the capacity to enhance their corporate resilience through the implementation of commendable ESG practices. In addition, the heterogeneity characterization indicates that the promotion effect of ESG performance on corporate resilience is more pronounced in large-scale firms. Secondly, a firm's commendable ESG performance can function as a positive signal to its stakeholders, which can exert an influence on corporate resilience through financing capacity and access to government support.

Recommendations: Enterprises must possess the foresight to implement ESG development strategies with unwavering commitment, thereby fortifying their corporate resilience. Moreover, enterprises must prioritize the integration of ESG practices into their daily operations and management, proactively fulfilling their social responsibilities, and enhancing their environmental management and corporate governance. In accordance with the signaling theory, enterprise development should adeptly integrate external resources, seeking in-depth cooperation with financial institutions and suppliers that are conducive to the enterprise. Furthermore, enterprises should prioritize risk management by identifying

and assessing the risks posed by ESG factors, and establish a risk early warning mechanism. This will enhance their ability to cope with risks and improve corporate resilience.

Recommendations for Future Research

Firstly, the objective of this study is to compare and analyze the impact of external factors on different industries. This will enhance the study's conclusions. The external shocks experienced by the research sample enterprises are divided by statistical means. The intervals with the greatest impact are then selected for the re-verification of the research conclusions. Secondly, the integration of computer crawler technology during the research process facilitates the acquisition of comprehensive information about enterprises. It is hoped that the findings of this study can provide valuable insights for companies in Thailand, and future research could expand the sample to include Thai firms for further exploration.

References

- Allen, F., Qian, J., & Qian, M. (2005). Law, finance, and economic growth in China. *Journal of Financial Economics*, 77(1), 57-116. <https://ssrn.com/abstract=768704>
- Apergis, N., Poufinas, T., & Antonopoulos, A. (2022). ESG scores and cost of debt. *Energy Economics*, 112, Article 106186. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2022.106186>
- Bamgbade, J. A., Kamaruddeen, A. M., Nawi, M. N. M., Yusoff, R. Z., & Bin, R. A. (2017). Does government support matter? Influence of organizational culture on sustainable construction among Malaysian contractors. *International Journal of Construction Management*, 18(2), 93-107. <https://doi.org/10.1080/15623599.2016.1277057>
- Bissoondoyal-Bheenick, E., Brooks, R., & Do, H. X. (2023). ESG and firm performance: The role of size and media channels. *Economic Modelling*, 121, Article 106203. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106203>
- Bouslah, K., Kryzanowski, L., & M'Zali, B. (2018). Social performance and firm risk: Impact of the financial crisis. *Journal of Business Ethics*, 149, 643-669. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3017-x>
- Broadstock, D. C., Chan, K., Cheng, T. W., & Wang, X. W. (2020). The role of ESG performance during times of financial crisis: Evidence from COVID-19 in China. *Finance Research Letters*, 38, Article 101716. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101716>
- Hillmann, J., & Guenther, E. (2020). Organizational resilience: A valuable construct for management research? *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 7-44. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12239>
- Kim, Y., & Lim, H. (2020). Activating constructive employee behavioural responses in a crisis: Examining the effects of pre-crisis reputation and crisis communication strategies on employee voice behaviours. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 28(2), 141-157. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12289>
- McCahery, J. A., Sautner, Z., & Starks, L. T. (2016). Behind the scenes: The corporate governance preferences of institutional investors. *The Journal of Finance*, 71(6), 2905-2932. <https://doi.org/10.1111/jofi.12393>
- McCarthy, I. P., Collard, M., & Johnson M. (2017). Adaptive organizational resilience: An evolutionary perspective. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 28, 33-40. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2017.07.005>
- Waldman, D. A., Ramirez, G. G., House, R. J., & Puranam, P. (2001). Does leadership matter? CEO leadership attributes and profitability under conditions of perceived environmental uncertainty. *The Academy of Management Journal*, 44(1), 134-143. <https://www.jstor.org/stable/3069341>

- Wen, H. W., Liu, Y. P., & Lee, C. C. (2024). How ESG performance affects maturity mismatches between investment and financing: Evidence from Chinese A-share listed companies. *Research in International Business and Finance*, 71, Article 102412. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102412>
- Williams T. A., Gruber, D. A., Sutcliffe, K. M., Shepherd, D. A., & Zhao, Y. F. (2017). organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams. *Academy of Management Annals*, 11(2), 773-769. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0134>
- Yoon, B., Lee, J. H., & Byun, R. (2018). Does ESG performance enhance firm value? Evidence from Korea. *Sustainability*, 10(10), 3635. <https://doi.org/10.3390/su10103635>

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยระบบ e-Office ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง

Factors influencing the work efficiency using the e-Office system of the personnel at the State Audit Office of the Kingdom of Thailand (Central Office)

Received: February 21, 2025

Revised: March 11, 2025

Accepted: March 20, 2025

ธมลวรรณ กาญจนศิริสมบัติ*

Tamonwan Kanjanasirisombat*

สุรวี ศุนาลัย**

Suravee Sunalai**

*วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

*Email: puengtmw@gmail.com

**สำนักมาตรฐานและบริหารวิชาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**Center of Academic Standard and Administration, Dhurakij Pundit University

**E-mail: suravee.sui@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยระบบ e-Office ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานด้วยระบบ e-Office การวิจัยใช้วิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 320 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และอายุงานที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานด้วยระบบ e-Office ได้แก่ การฝึกอบรมและพัฒนา ความสามารถในการใช้งานระบบ e-Office และการสนับสนุนทางกายภาพ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ผลการวิจัยเป็นข้อมูลให้สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินทราบปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนา ระบบ e-Office ให้เหมาะสมกับองค์กร ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองนโยบายการพัฒนาระบบราชการสู่ดิจิทัล

คำสำคัญ: ระบบ e-Office ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน

Abstract

This research aims to compare the work efficiency of personnel at the State Audit Office of the Kingdom of Thailand (Central Office) using the e-Office system, classified by personal factors, and to examine work-related factors that influence their efficiency. The study employs a quantitative research method, collects data from a sample of 320 participants and analyzes the data using descriptive and inferential statistics, including t-Test, one-way analysis of variance, and Multiple Linear Regression analysis at a significance level of 0.05. The findings indicate that staff with different genders exhibits differences in work efficiency, whereas differences in age, educational level, job position, and work experience have no differences in work efficiency. In addition, the work-related factors in using the e-Office system, namely training and development, ease of use in technology, and physical support influence work efficiency. The results provide valuable insights for the State Audit Office of the Kingdom of Thailand to identify critical factors for improving and optimizing the e-Office system to better align with the organization's needs, ultimately supporting the digital transformation policy.

Keywords: e-Office System, Work Efficiency, Work-Related Factors

บทนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยช่วยในการจัดเก็บ รวบรวม และประมวลผลข้อมูล ตลอดจนการสื่อสารและส่งผ่านข้อมูลปริมาณมากด้วยความเร็วสูง ทำให้มีแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่และทุกเวลา (ณัชชา ศิริพงศ์สุภมาส, 2555) เทคโนโลยีสารสนเทศถูกนำมาใช้เพิ่มขึ้นในการบริหารงานภาครัฐ จากนโยบายรัฐบาลดิจิทัล หรือ Digital Government ที่ส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ภายในหน่วยงาน เพิ่มศักยภาพการทำงานขององค์กรรัฐให้รวดเร็ว รวมถึงมีระบบการเชื่อมโยงการเข้าถึงข้อมูล ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและประชาชน เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับผู้ที่ต้องการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ สามารถให้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา ลดระยะเวลาการดำเนินงาน เพิ่มความโปร่งใสและส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในสังคม (ธีรวัจน์ ดารามาศ, 2560)

สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) เป็นองค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญที่มีภารกิจหลักในการตรวจสอบการใช้จ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐ ประเมินความคุ้มค่าของงบประมาณ ป้องกันและปราบปรามการทุจริตทางการเงิน ให้คำแนะนำด้านการบริหารการเงินภาครัฐ และรายงานผลการตรวจสอบต่อรัฐสภาและสาธารณะ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวต้องอาศัยข้อมูลจำนวนมากที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว และสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ เทคโนโลยีสารสนเทศจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ สตง. สามารถบริหารจัดการเอกสาร การสื่อสารภายใน และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินได้อย่างเป็นระบบ ลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและตรวจสอบเอกสารทางราชการ เช่น ระบบ e-Office

ก่อนการนำระบบ e-Office มาใช้ สตง. ใช้วิธีการจัดส่งเอกสารในรูปแบบเอกสารกระดาษผ่านการส่งต่อจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดความล่าช้า ความเสี่ยงต่อการสูญหายของเอกสาร และการใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลือง ด้วยเหตุนี้ สตง. จึงได้นำระบบ e-Office มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเอกสารภายในองค์กร เป็นระบบที่สามารถลงทะเบียน รับ-ส่ง เวียน และติดตามเอกสารได้อย่างเป็นระบบ และรองรับการสืบค้นและแสดงผลข้อมูล (พิชญ์ญ์กร ปรีวีเชียวสุตดา, 2563) อย่างไรก็ตาม การใช้ระบบ e-Office อาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายประการ เช่น ความสามารถของบุคลากรในการใช้งานระบบ การสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และแนวทางการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงในองค์กร

การศึกษาวิจัยนี้จึงมีความสำคัญ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยระบบ e-Office ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงระบบให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร โดยช่วยให้หน่วยงานสามารถระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ระบบ e-Office ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การปรับปรุงระบบให้เหมาะสมกับการทำงานขององค์กร และสนับสนุนเป้าหมายของการบริหารงานภาครัฐในยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการทำงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยระบบ e-Office ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์

ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Office เป็นระบบลงทะเบียน รับส่ง เขียน และติดตามความเคลื่อนไหวของหนังสือ พร้อมทั้งสามารถกำหนดและตรวจสอบเส้นทางเดินเรื่องได้โดยอัตโนมัติ สามารถกำหนดรูปแบบการรับส่งและติดตามหนังสือเข้า-ออก การสืบค้นข้อมูลและการแสดงผลข้อมูล รองรับการทำงานในลักษณะการเวียนหนังสือ การส่งหนังสือออกภายนอกและภายใน การกำหนดเลขทะเบียนรับหนังสือภายนอกและภายใน เลขทะเบียนออกหนังสือภายนอกและภายใน รวมทั้งทางการบันทึกวันที่และเวลาให้อย่างอัตโนมัติ (พิชญ์ภรณ์ ปรวิเชียรสุดตา, 2563)

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Peterson and Plowman (1989) ให้นิยามของ ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ว่า เป็นความสามารถขององค์กรหรือบุคคลในการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างประสบความสำเร็จ โดยเน้นที่ผลลัพธ์ของการดำเนินงานมากกว่ากระบวนการ ซึ่งหมายความว่า องค์กรที่มีประสิทธิภาพ คือ องค์กรที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ได้ ไม่ว่าจะใช้วิธีการหรือทรัพยากรใดก็ตาม และได้กำหนดองค์ประกอบของประสิทธิภาพไว้ 4 ด้าน คือ คุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลา และค่าใช้จ่าย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จึงประยุกต์ใช้แนวคิดของ Peterson and Plowman (1989) รวมทั้งนักวิจัยท่านอื่น ๆ ที่ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (กัลยาณี ชำนาญเวช, 2567, ดุสิตา ยอดเรือน และพิเศษ ชัยติเรก, 2564; พิชญ์ภรณ์ ปรวิเชียรสุดตา, 2563) ในการกำหนดนิยามของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง คือ ทักษะและความสามารถในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินโดยใช้ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายตามที่คาดหวังไว้ มี 4 ปัจจัย ดังนี้

1. คุณภาพของงาน หมายถึง เมื่อนำระบบ e-Office มาใช้ในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ใช้มีความผิดพลาดในการปฏิบัติงานลดลง
2. ปริมาณงาน หมายถึง เมื่อนำระบบ e-Office มาใช้ในการปฏิบัติงาน ทำให้งานด้านเอกสารลดลง ลดขั้นตอนและความซับซ้อนของการทำงานได้
3. เวลา หมายถึง เมื่อนำระบบ e-Office มาใช้ในการปฏิบัติงาน ทำให้ทำงานได้อย่างรวดเร็ว และช่วยลดระยะเวลาในการทำงาน
4. ค่าใช้จ่าย หมายถึง เมื่อนำระบบ e-Office มาใช้ในการปฏิบัติงาน ทำให้มีความประหยัด ด้านต้นทุน ด้านการเดินทาง ด้านวัสดุอุปกรณ์

ปัจจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ทั้งในด้านบุคลากร เทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน การบริหารจัดการ (นพวรรณ วงษ์ศรีแก้ว และสุรวี คุนาลัย, 2566; เหมรี วงษาสน, 2560; รัตติยา กันทร และคณะ, 2567; วันชัย อมรมงคลทอง และจันทพงศ์ จันทระภักดิ์, 2565; อาลิษา หุ่นไทย, 2565; Robbins, 1990) สรุปได้ ดังนี้

1. ปัจจัยบุคลากร ได้แก่ ทักษะและความสามารถในการใช้เทคโนโลยี การให้ความรู้และฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยี ทศนคติและการยอมรับเทคโนโลยี แรงจูงใจและการสนับสนุนจากองค์กร ประสบการณ์ในการใช้งาน

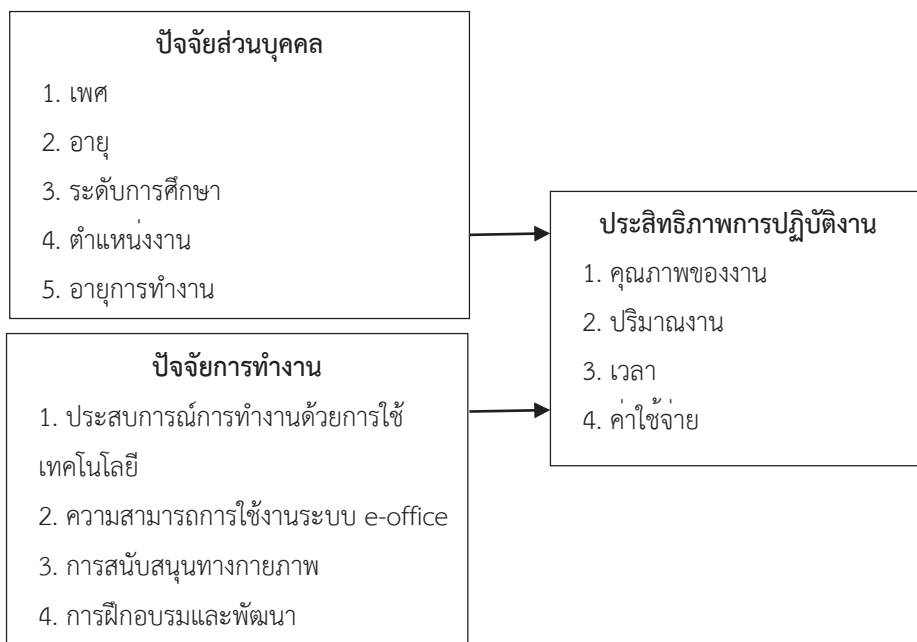
2. ปัจจัยเทคโนโลยี ได้แก่ การบูรณาการระบบ ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัยของข้อมูล
3. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ได้แก่ คุณภาพของเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต ความพร้อมของอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ การบำรุงรักษาระบบ

4. ปัจจัยองค์กรและการบริหารจัดการ ได้แก่ นโยบายและการสนับสนุนจากผู้บริหาร วัฒนธรรมองค์กร การจัดการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานข้างต้น ผู้วิจัยศึกษาตัวแปร 4 ตัว ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานด้วยการใช้เทคโนโลยี ความสามารถในการใช้งานระบบ e-Office การสนับสนุนทางกายภาพ และการฝึกอบรมและพัฒนา ตัวแปรที่เลือกมานี้ครอบคลุม ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล (ประสบการณ์ และความสามารถในการใช้งาน) และปัจจัยสิ่งแวดล้อม (การสนับสนุนทางกายภาพ และการฝึกอบรม) ซึ่งเป็นปัจจัยการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัย ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรในสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง (เฉพาะตำแหน่ง ลูกจ้าง พนักงานสมทบ ข้าราชการระดับปฏิบัติการ ข้าราชการระดับชำนาญการ และข้าราชการระดับชำนาญการพิเศษ) จำนวน 1,521 คน กำหนดขนาดตัวอย่างค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรของ Krejcie and Morgan (1970) เมื่อทราบขนาดของประชากร ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 320 คน และใช้การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1

การกำหนดประชากรและตัวอย่าง

ตำแหน่งงาน	จำนวนประชากร	ขนาดตัวอย่าง
ลูกจ้าง	64	13
พนักงานสมทบ	152	32
ข้าราชการระดับปฏิบัติการ	448	94
ข้าราชการระดับชำนาญการ	692	146
ข้าราชการระดับชำนาญการพิเศษ	165	35
รวม	1,521	320

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Form แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการใช้งานของระบบ e-Office จำนวน 14 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง จำนวน 12 ข้อ โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด เครื่องมือผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่น มีค่า Cronbach's Alpha = 0.913 จากการ Try Out 30 คน

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย ค่า t-Test และค่า F-test ในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการวิเคราะห์ปัจจัยการทำงานด้วยระบบ e-Office ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 320 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 มีอายุ 30-45 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 มีตำแหน่งงานข้าราชการระดับชำนาญการ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 และมีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการทำงาน

บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยการทำงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานด้วยการใช้เทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ย 4.55 ความสามารถในการใช้งานระบบ e-office มีค่าเฉลี่ย 3.67 การสนับสนุนทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.58 และการฝึกอบรมและพัฒนา มีค่าเฉลี่ย 3.38

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 4.00 เวลา มีค่าเฉลี่ย 3.87 ปริมาณงาน มีค่าเฉลี่ย 3.76 และคุณภาพของงาน มีค่าเฉลี่ย 3.66

ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2

ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน				
	คุณภาพของงาน	ปริมาณงาน	เวลา	ค่าใช้จ่าย	รวม
เพศ	0.035*	0.000***	0.001**	0.001**	0.026*
อายุ	0.779	0.159	0.565	0.316	0.731
ระดับการศึกษา	0.005**	0.001**	0.008**	0.017*	0.072
ตำแหน่งงาน	0.054	0.000***	0.003**	0.001**	0.088
อายุการทำงาน	0.772	0.603	0.865	0.961	0.494

หมายเหตุ. *, **, *** แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, 0.01, และ 0.001 ตามลำดับ

จากตารางที่ 2 ข้างต้นพบว่า บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ทุกด้าน บุคลากรที่อายุและอายุการทำงานที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน บุคลากรที่ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกันในภาพรวม แต่แตกต่างกันในทุกด้าน บุคลากรที่ตำแหน่งงานต่างกัน มีประสิทธิภาพ

การปฏิบัติงานไม่แตกต่างกันในภาพรวม แต่แตกต่างกัน 3 ด้าน คือ ปริมาณงาน เวลา และ ค่าใช้จ่าย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการทำงานด้วยระบบ e-Office ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง ด้วยการใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรและภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity) พบว่า ค่า Tolerance มีค่าไม่เกิน 1.0 และค่า Variation Inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 10 (Hair et al., 2010) จึงไม่มีปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ ดังนั้น สามารถใช้ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter ดังนี้

ตารางที่ 3

ปัจจัยการทำงานด้วยระบบ e-Office ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง

ปัจจัยการทำงานด้วย ระบบ e-office	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.421	0.320		4.445***	0.000		
X ₁ ประสบการณ์ การทำงานด้วยการใช้ เทคโนโลยี	-1.118	0.066	-0.083	-1.779	0.076	0.856	1.169
X ₂ ความสามารถ การใช้งานระบบ e-office	0.309	0.065	0.266	4.763***	0.000	0.600	1.667
X ₃ การสนับสนุนทาง กายภาพ	0.125	0.059	0.120	2.112*	0.035	0.580	1.724
X ₄ การฝึกอบรมและ พัฒนา	0.402	0.055	0.397	7.309***	0.000	0.633	1.580
R = 0.642 ^a , R ² = 0.412 , Adj. R ² = 0.405 , Std. Error = 0.60941 , F = 55.225 , Sig. = 0.000*							

หมายเหตุ. *, *** มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ 0.001 ตามลำดับ

จากตารางที่ 3 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรทำนาย) สามารถอธิบายความแปรผันได้ร้อยละ 41.20 ($R^2 = 0.412$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ร้อยละ 40.50 (Adj. $R^2 = 0.405$) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ปัจจัยการทำงานด้วยระบบ e-office มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง ในการฝึกอบรมและพัฒนา (Beta = 0.402) ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมากที่สุด เนื่องจากมีค่า Beta สูงที่สุด คือ 0.402 รองลงมา ได้แก่ ความสามารถในการใช้งานระบบ e-office (Beta = 0.309) การสนับสนุนทางกายภาพ (Beta = 0.125) และประสบการณ์การทำงานด้วยเทคโนโลยี (Beta = -1.118) ตามลำดับ สมการวิเคราะห์การถดถอย คือ $Y = 1.421 + 0.402(X_4) + 0.309(X_2) + 0.125(X_3)$

อภิปรายผล

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลางที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน พบว่า

1.1 บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง ที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมากกว่าเพศหญิง อาจเป็นเพราะเพศชายมีแนวโน้มให้ความสนใจต่อการใช้เทคโนโลยีมากกว่าเพศหญิง ซึ่งอาจมีผลต่อประสิทธิภาพในงาน

บางประเภท สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวนีย์ มหาชัย (2561) ที่พบว่า บุคลากรสังกัดสำนักงานศาลยุติธรรมในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีเพศแตกต่างกันมีการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและอายุงานที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับความคิดเห็นของบุคลากรสายสนับสนุนระดับปฏิบัติงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่ศึกษาโดยวิจัย นพวรรณ วงษ์ศรีแก้ว และสุรวี คุนาลัย (2566) อาจเป็นเพราะระบบ e-Office ของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง ได้รับการออกแบบให้ ผู้ใช้งานทุกช่วงอายุสามารถใช้งานได้ง่าย (User Friendly) รวมทั้งมีการฝึกอบรม และการทำคู่มือในการปฏิบัติงาน ทำให้มีประสิทธิภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของดุสิตา ยอดเรือน และพิเศษ ชัยติเรก (2564) พบว่า อายุและอายุงานที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 7 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธนภรณ์ พรหมราย (2565) พบว่า อายุและอายุงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลาที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

1.3 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน ในภาพรวม แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน แตกต่างกัน โดยจะเห็นได้ว่าบุคลากรที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานต่ำกว่าระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อาจเพราะมีการคาดหวังต่อผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้ระบบ e-Office มากกว่า ซึ่งผลงานวิจัยสอดคล้องกับธนภรณ์ พรหมราย (2565) พบว่า ระดับการศึกษาของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลาที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน ในภาพรวม แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า มี 3 ด้าน คือ ปริมาณงาน เวลา และค่าใช้จ่าย แตกต่างกัน โดยจะเห็นได้ว่าตำแหน่งงานพนักงานสมทบมีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสูงกว่าตำแหน่งอื่นในทุกด้าน เนื่องจากตำแหน่งงานพนักงานสมทบเป็นตำแหน่งที่ปฏิบัติงานในด้านเอกสารเป็นหลัก และปฏิบัติงานตั้งแต่ยังไม่มีระบบ e-Office จนมีเป็นระบบ e-Office จึงมีความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมากกว่าตำแหน่งอื่น ๆ ซึ่งผลงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุสิตา ยอดเรือน และพิเศษ ชัยติเรก (2564) พบว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 7

2. การศึกษาปัจจัยการทำงานด้วยระบบ e-Office ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง พบว่า ปัจจัยการฝึกอบรมและพัฒนา ปัจจัยความสามารถการใช้งานระบบ e-Office และปัจจัยการสนับสนุนทางกายภาพ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินส่วนกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของนพวรรณ วงษ์ศรีแก้ว และสุรวี คุนาลัย (2566) ที่พบว่า ปัจจัยการฝึกอบรมและพัฒนา ปัจจัยความสามารถใช้งานระบบ e-Office และปัจจัยการสนับสนุนทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนระดับปฏิบัติงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อาจเป็นเพราะสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินส่วนกลางมีการส่งเสริมการฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำงานด้วยระบบ e-Office เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบ e-Office เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและลดข้อผิดพลาดจากการใช้งานระบบได้ ส่งผลให้การปฏิบัติงานรวดเร็วและมีความแม่นยำสูงขึ้น นอกจากนี้ มีการออกแบบ การใช้งานระบบ e-Office ให้สามารถใช้งานได้ง่ายและมีความเสถียรสามารถเข้าใช้ระบบได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดความยุ่งยากในการเดินทางและกระบวนการทำงาน

ส่วนปัจจัยประสพการณ์การทำงานด้วยเทคโนโลยีไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง อาจเนื่องจากบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลางมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้วยเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นการใช้คอมพิวเตอร์ การใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ และการใช้ระบบ e-Office อีกทั้งเมื่อได้เข้ามาเป็นบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง จะได้รับการอบรมเกี่ยวกับระบบ e-Office ทันทิ ทำให้สามารถใช้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นพวรรณ วงษ์ศรีแก้ว และสุรวี ศุนาลัย (2566) ที่พบว่า ปัจจัยประสพการณ์การทำงานด้วยเทคโนโลยีไม่มีผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนระดับปฏิบัติงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา

1.1 เนื่องจากเป็นด้านที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมากที่สุด ควรมีการจัดฝึกอบรมแก่บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะพัฒนาทักษะการใช้งานระบบ

1.2 มีการจัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลางด้วยกันในเรื่องของการปฏิบัติงานโดยใช้ระบบ e-Office

2. ด้านความสามารถการใช้งานระบบ e-Office

2.1 พัฒนาความสามารถของระบบให้มีการประมวลผลที่เร็วขึ้น

2.2 พัฒนาความสามารถของระบบให้ผู้ใช้งานสามารถสร้าง-ส่ง แนบไฟล์ Download เอกสารในระบบได้โดยง่ายและรวดเร็ว

2.3 พัฒนาความสามารถของระบบให้มีความปลอดภัยในการรักษาความลับของเอกสาร การเก็บรักษาข้อมูล รวมถึงการควบคุมรหัสการเข้าใช้โดยระบบตัวตนที่ชัดเจน

3. ด้านการสนับสนุนทางกายภาพ

3.1 จัดเตรียมเครื่องคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์การปฏิบัติงานให้เพียงพอต่อความต้องการในการใช้งานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง

3.2 จัดให้มีหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาหรือแก้ไขปัญหาในการใช้ระบบ เมื่อไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง เพื่อให้การทำงานไม่ติดขัดและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้นักกลุ่มประชากรเป็นบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง ซึ่งไม่ได้รวมบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินส่วนภูมิภาคที่ใช้ระบบ e-Office ปฏิบัติงานเช่นกัน และไม่ได้เจาะกลุ่มหน่วยงานย่อยเช่น แต่ละสำนักในสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง ทั้งนี้ หากรวมบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินส่วนภูมิภาค หรือเจาะกลุ่มหน่วยงานย่อย จะได้ข้อมูลในเชิงลึกได้

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการทำงานด้วย e-Office ระหว่างหน่วยงาน โดยเปรียบเทียบสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินกับหน่วยงานอื่น และเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้วย e-Office

3. ควรเพิ่มระเบียบวิธีเชิงคุณภาพในการวิจัย เช่น การสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร เพื่อให้ได้ข้อมูลแบบเจาะลึกและ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้พัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กัลยาณี ชำนาญเวช. (2567). การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกระทรวงพาณิชย์. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 19 และเครือข่ายวิจัยประชาชน ครั้งที่ 8* (น. 103-112). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://www.dpu.ac.th/conference/upload/content/files/conference-19.pdf>
- ณัชชา ศิริพงศ์ศุภมาส. (2555). *ประสิทธิภาพและผลกระทบจากการนำระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMIS) มาประยุกต์ใช้ในสถาบันการศึกษาของรัฐบาล* [การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์]. Khon Kaen University Library. http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Accounting2555/NUTCHA%20%20%20SIRIPONGSUPAMART/01_cov.pdf
- ดุสิตา ยอดเรือน และพิเศษ ชัยดิเรก. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 7. *วารสารละครี*, 5(1), 27-41. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/lawasrijo/article/view/249577>
- ธนภรณ์ พรหมพราย. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. PSU Knowledge Bank. <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17458>
- ธีรวัจน์ ดารามาศ. (2560). *พัฒนาการของอัตลักษณ์ดิจิทัลในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของไทย* [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections.
- นพวรรณ วงษ์ศรีแก้ว และสุวิทย์ ศุนาลัย. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนระดับปฏิบัติงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. *วารสารสุโขทัยธรรมาธิราช*, 36(1), 23-35. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/stouj/article/view/263006>
- พิชญ์ญ์กร ปรวิเชียรสุดตา. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานด้วยระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace at Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/1445>
- เมธี วงษาสน. (2560). *ความคาดหวังและปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. BU Research. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2916>
- รัตติยา กันทร, ปานฉัตร อากำรักษ์, และอรรพรรณ เชื้อเมืองพาน. (2567). ปัจจัยการปฏิบัติงานบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติงานบัญชีในวิทยาลัย สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 14(3), 117-130. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/var/article/view/277651>
- วันชัย อมรมงคลทอง และจันทพงศ์ จันทระภักดี. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีในฐานะตัวแปรต้นกลางที่เชื่อมโยงคุณภาพระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีสู่ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบัญชีภายในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย*, 16(2), 32-43. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ssajournal/article/view/259890>

- เสาวนีย์ มหาชัย. (2561). การใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดสำนักงานศาลยุติธรรมในจังหวัดนครราชสีมา [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อาลิษา หุ่นไทย. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. *วารสารสังคมศาสตร์ นิติรัฐศาสตร์*, 6(2), 56-77. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/stouj/article/view/263006>
- Hair, J. F., Black W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Person.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Peterson, E., & Plowman, E. G. (1989). *Business organization and management*. Irwin.
- Robbins, S. P. (1990). *Organizational theory: Structure, design and application* (3rd ed.). Prentice-Hall.

ความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงาน อีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

Expectation and actual experience perception towards sustainable event management of audiences in the Bangkok Metropolitan Area

Received: February 18, 2025

Revised: March 12, 2025

Accepted: March 20, 2025

สุนทร อักษรเชิดชู*

Soontorn Auksorncherdchoo*

กัลยรัตน์ แพระบำ**

Kalyarat Pharabum**

รัฐชาติ พลแสน***

Rattachat Phonsaen***

*, **, ***คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

*, **, ***School of Communication Arts, Bangkok University

*Email: Soontorn.a@bu.ac.th

**Email: kalyarat.ph@bu.ac.th

***Email: rattachat.p@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน 2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ และ 3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เคยเข้าร่วมงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืนของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นกรอบในการศึกษา โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติ Independent Sample t-Test, Paired Sample t-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปร ผลการวิจัย พบว่า 1. ระดับความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2. ระดับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน ไม่แตกต่างกัน 4. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 5. ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังกับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน การบริหารงานอีเวนต์ ความคาดหวัง การรับรู้ประสบการณ์จริง

Abstract

This study aims 1. to examine expectation and actual experience perception toward sustainable event management; 2. to compare expectation and actual experience perception among audiences who have different demographic backgrounds such as gender, age, educational background, income, and occupation; and 3. to compare expectation and actual experience perception toward sustainable event management of audiences who lived in the Bangkok Metropolitan area. The sample of this study was 400 people who lived in the Bangkok Metropolitan area and had been to sustainable event. This study utilized the Sustainable Event Basic Guidelines of the Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) as a framework. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequencies, percentages, mean, and standard deviation. Independent sample t-test, paired sample t-test, and one-way ANOVA were used to compare differences among factors. The findings

reveal that 1. overall, the audiences' expectation of sustainable event management is at the highest level; 2. overall, the audiences' actual experience perception is at the high level; 3. audiences who were different in demographic background including gender, age, educational background, and occupation show no difference in expectation of sustainable event management; 4. audiences who were different in age, income, and occupation show difference in actual experience perception at the statistical significance; and 5. audiences who lived in the Bangkok metropolitan area show difference in expectation and actual experience perception toward sustainable event at the statistical significance.

Keywords: Sustainable Events Organizing, Event Management, Expectation, Actual Experience Perception

บทนำ

อีเวนต์มีบทบาทสำคัญมากกับการสื่อสารการตลาดในปัจจุบัน ไม่เฉพาะบทบาทในการเป็นกลยุทธ์องค์กร แต่หากยังเป็นกลยุทธ์ในสื่อสารการตลาดให้ประเทศ การจัดอีเวนต์จึงมีความสำคัญทั้งในระดับบุคคล องค์กร เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม วัตถุประสงค์ของการจัดงานอีเวนต์มีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือปัญหาของผู้จัดงาน รวมถึงกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในการจัดงาน ทั้งนี้อีเวนต์มีมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน มีพัฒนาการของการจัดงานที่แตกต่างออกไปตามยุคสมัย และด้วยการเติบโตของอีเวนต์ทำให้วงการตลาดนำอีเวนต์มาเป็นเครื่องมือทางการตลาดให้กับตราสินค้ากันมากขึ้น

ทั้งนี้การที่อีเวนต์มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารการตลาด อาจเนื่องมาจากลักษณะเฉพาะของงานอีเวนต์ เป็นเหตุการณ์ หรือสถานการณ์พิเศษที่มีการวางแผน มีการกำหนดเวลา มีการออกแบบโปรแกรม มีการกำหนดรายละเอียด และมีการเตรียมการเผยแพร่มาเป็นอย่างดี (Getz, 2012) ดังนั้น อีเวนต์จึงถือเป็นกลยุทธ์ระดับองค์กร และระดับประเทศสามารถนำมาใช้ในการสื่อสาร สามารถควบคุมและวางแผนเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เช่น การจัดงานเพื่อเฉลิมฉลอง การยกย่องให้เกียรติบุคคล การขายสินค้าและการให้ความรู้ (Matthews, 2008) รวมถึงการจัดงานอีเวนต์เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางให้กับประเทศ

จากบทบาทและการเติบโตของอีเวนต์ทั่วโลก ต่างเริ่มให้ความสนใจกับผลกระทบของการจัดงานอีเวนต์ที่มีต่อชุมชน เจ้าภาพ ผู้ชม ผู้เข้าร่วม และประเทศจุดหมายปลายทาง โดยการตระหนักถึงความจำเป็นของการจัดงานอีเวนต์ตามแนวทางที่ยั่งยืนมากขึ้น (Holmes et al., 2015) ซึ่งจะเห็นได้จากงานโอลิมปิก Tokyo 2020 นอกจากให้ความสำคัญในฐานะสัญลักษณ์ของความสามัคคี และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันทั่วโลก ญี่ปุ่นได้ประกาศว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกอย่างยั่งยืน และกำหนดแนวคิดในการจัดงาน “Be better, together-For the planet and the people.” (ดีขึ้นด้วยกัน เพื่อโลกและเพื่อผู้คน) มุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการบรรลุ Sustainable Development Goals: SDGs และได้กำหนดหัวข้อความยั่งยืนที่มีเป้าหมายหลักครอบคลุมปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ (โอลิมปิก Tokyo 2020 จัดการแข่งขันบนหลัก SDGs มุ่งสู่ความยั่งยืน, 2564)

อย่างไรก็ดีกระแสการตื่นตัวด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดงานอย่างยั่งยืนไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์เท่านั้น แต่ยังได้ขยายวงกว้างไปยังเมืองท่องเที่ยวทั่วโลกที่ต่างมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็น “จุดหมายปลายทางแห่งความยั่งยืน” และจากดัชนีความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวโลกประจำปี ค.ศ. 2023 หรือ Global Destination Sustainability Index ที่จัดอันดับจุดหมายปลายทาง

ทั่วโลก โดยพิจารณาจากความพยายามในการสร้างความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมอีเว้นต์ในปี ค.ศ. 2023 การที่เป็นจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืนได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับทุกภาคส่วนร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจนปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเอื้อให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเป้าหมายที่ยั่งยืนได้ (MICE Intelligence Team, 2567)

สำหรับประเทศไทยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้มีการตอบสนองต่อกระแสขับเคลื่อนของโลกด้านความยั่งยืน โดยการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์และอีเว้นต์ ให้มีการพัฒนาที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN's Sustainable Development Goals: SDGs) และมุ่งมั่นสู่วิสัยทัศน์ของประเทศไทย ตามนโยบายรัฐบาล “ประเทศไทย 4.0” โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสปน., ม.ป.ป.ก) ได้ให้ความสำคัญของการจัดงานยั่งยืน (Sustainable Events) คือ งานที่มีการวางแผน บริหาร และดำเนินงานตามแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดประโยชน์ระยะยาวสู่ชุมชนเจ้าภาพและทุกภาคส่วน รวมถึงได้จัดทำ “แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืน” ขึ้นเพื่อให้ผู้จัดงานมีแนวปฏิบัติที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้หลายภาคส่วนในประเทศไทยต่างก็ให้ความสำคัญกับการจัดงานอย่างยั่งยืนมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากงาน SX Sustainability Expo 2023 เสวนาเรื่อง Sustainable Event Design จัดอีเว้นต์อย่างไรให้ยั่งยืน คุณเจรมัย พัทธกิจวงศ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจ Media and Event Amarin Group ได้เสนอ 4 Sustainable Habits ประกอบด้วย 1. Light-Footed Build Method วิธีการคิดอีเว้นต์โดยคำนึงถึงเรื่องการก่อสร้างที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยเน้นการใช้วัสดุและทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า 2. Sympathetic Design Language การออกแบบงานที่นึกถึงผู้อื่น การลดสเปคจัดงานไม่จำเป็นต้องเลือกใช้ของที่ดีที่สุดแต่ใช้โอเคเพียงพอ 3. Betterism Collaboration การทำงานร่วมกันเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่ยั่งยืนและร่วมกันพัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคม และ 4. Advocate for a Better Balance Society เพิ่มความเป็น Sustainable Habits ไปในงานอีเว้นต์ที่จัด (อมรินทร์ทีวีออนไลน์, 2566)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การจัดงานอย่างยั่งยืนไม่ใช่เป็นเพียงแค่กระแส แต่หากเป็นการขับเคลื่อนสร้างสมดุลความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในระดับประเทศและระดับโลก อย่างไรก็ตาม เป้าหมายการจัดงานอย่างยั่งยืนจะประสบความสำเร็จไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือ การวางแผนการจัดงานโดยคำนึงถึงความยั่งยืนจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานที่ต้องมีความเข้าใจ ตระหนักถึงแนวคิด และต้องการมีส่วนร่วมลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร รวมถึงมีการขับเคลื่อนการจัดงานอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน

ดังนั้น ในการวิจัยนี้จึงสนใจที่ทำการศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเว้นต์อย่างยั่งยืนของประชากรในกรุงเทพมหานคร เพื่อได้ทราบถึงความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมงานอีเว้นต์ว่ามีคาดหวังต่อการจัดงานอีเว้นต์อย่างยั่งยืนมากน้อยเพียงใด รวมถึงการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเว้นต์ของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันเป็นอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่อย่างเป็นรูปธรรม โดยผู้จัดงานอีเว้นต์และผู้เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อออกแบบงานอีเว้นต์อย่างยั่งยืนเพื่อรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะยกระดับให้งานอีเว้นต์เป็นงานที่มีคุณค่า และเป็นอีเว้นต์อย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษารายได้และอาชีพ
3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อแสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการตามที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า (Johnston, 1995) ซึ่งสั่งสมมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมา โดยมีหลายระดับแตกต่างกันจากบริบทหรือปัจจัยต่าง ๆ รอบตัว (Seeman & Evans, 1962) เช่น ความต้องการหรือความชื่นชอบส่วนบุคคล การได้รับข้อมูลจากบอกต่อ หรือการสื่อสารจากภายนอก เป็นต้น ทั้งนี้ การประเมินคุณภาพของการบริการตามความพึงพอใจที่มีต่อบริการที่ได้รับ แบ่งได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ผู้รับบริการไม่พึงพอใจ (ด้อยคุณภาพ) ผู้รับบริการพึงพอใจ (มีคุณภาพ) และผู้รับบริการประทับใจ (มีคุณภาพสูง) อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่ทำให้ความคาดหวังเป็นจริงและผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) คือ การนำเสนอผลประโยชน์ตามความจริง

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ประสบการณ์จริง

การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความต่อสิ่งเร้า สิ่งที่เกิดขึ้นหรือสิ่งกระตุ้นผ่านประสาทสัมผัส เกิดเป็นภาพที่มีความหมายของแต่ละบุคคล ซึ่งผลของการตีความจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความจำเป็น ค่านิยม และความคาดหวัง (Schiffman & Kanuk, 1994) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มี 2 ประเภท (กันยา สุวรรณแสง, 2544) ได้แก่ อิทธิพลที่มาจากภายนอกและอิทธิพลที่มาจากภายใน นอกจากนี้ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล (ลักขณา สิริวัฒน์, 2549) ประกอบด้วย 1. ความตั้งใจและเอาใจใส่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง 2. การเตรียมพร้อมที่จะรับอันหมายถึงสภาพจิตใจที่แน่วแน่ในสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพียงสิ่งเดียว และ 3. ความต้องการหรือสภาพจิตใจที่อยากได้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง อย่างไรก็ตาม สำหรับการรับรู้ประสบการณ์จริง (Romiti & Sarti, 2016) กล่าวว่า ประสบการณ์ คือ ผลลัพธ์ของการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งภายในบริบททางสังคม ประสบการณ์จริงเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เมื่อบุคคลได้มีปฏิสัมพันธ์กับองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งการเกิดปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจะทำให้เกิดประสบการณ์ตรงที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดงานอย่างยั่งยืน

การจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน (Sustainable Events) หมายถึง การจัดงาน/กิจกรรมที่ยั่งยืน หรือ “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” คือ กิจกรรมที่ได้รับการออกแบบ จัดการ และดำเนินการในลักษณะที่ลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด และสร้างมรดกอันเป็นประโยชน์ต่อชุมชนเจ้าภาพและทุกคนที่เกี่ยวข้อง (United Nations Development Programme, 2023)

ทั้งนี้ในงานวิจัยของ Seocanac (2023) ได้สรุปแนวทางการจัดงานอีเวนต์เพื่อให้บรรลุความยั่งยืนจาก Hall และ Holmes โดยจะต้องให้ความสำคัญกับ 3 มิติ ประกอบด้วย 1. ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ โดยอยู่ในรูปแบบของการสร้างความเจริญรุ่งเรืองในระดับต่าง ๆ ของสังคม ผ่านความยั่งยืนในระยะยาวขององค์กร และกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง 2. ความยั่งยืนทางสังคม หมายถึง การกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน การเคารพ สิทธิมนุษยชนและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ตลอดจนการรักษาและเสริมสร้างชุมชนท้องถิ่น และ 3. ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างรับผิดชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนได้และจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น อากาศ น้ำและดิน โดยลดมลพิษให้เหลือน้อยที่สุดและปกป้องสิ่งแวดล้อม

สำหรับประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้วางกลยุทธ์ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ โดยใช้แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผ่านกระบวนการให้องค์ความรู้ กลยุทธ์ทางการตลาดและมาตรฐานต่าง ๆ ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ (สสปน., ม.ป.ป.ช.) โดยได้นำเสนอแนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืน (Sustainable Events Basic Guidelines) ในปี ค.ศ. 2023 เพื่อให้ผู้ที่มีความประสงค์จะจัดงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ สามารถใช้เป็นแนวปฏิบัติได้อย่างง่ายและสามารถนำไปใช้ได้ไม่ว่าในวงกว้าง ประกอบด้วย 8 ด้าน ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะใช้อ้างอิงประกอบทั้ง 8 ด้านนี้มาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน (Communications and Public Relations Prior to the Events) ได้แก่ ประชาสัมพันธ์การจัดงานและลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ การสื่อสารข้อปฏิบัติการจัดงานอย่างยั่งยืนของงานเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้เตรียมตัว และมีส่วนร่วมและบริหารจัดการความคาดหวังในการเข้าร่วมงาน

2. สถานที่จัดงาน (Event Venues) ได้แก่ การเลือกสถานที่จัดงานที่ได้รับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนการเลือกสถานที่สะดวกในการเดินทาง ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ รวมถึงสามารถรองรับและเข้าถึงเข้าถึงคนทุกเพศ ทุกวัย ผู้สูงอายุและผู้พิการ

3. การตกแต่งสถานที่และจัดเตรียมอุปกรณ์ (Venue Decorations and Equipment) ได้แก่ การควบคุมอุณหภูมิภายในห้องจัดงาน ลดการใช้อุปกรณ์ตกแต่งให้มีจำนวนเท่าที่จำเป็น งดใช้วัสดุจากโฟม งดใช้ไม้ตัดดอกและวัสดุภายในงานสามารถนำกลับมาใช้ได้

4. อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages) ได้แก่ การลดใช้ขวดน้ำพลาสติก การใช้หลอด การงดใช้วัสดุของ การใช้วัสดุธรรมชาติ ที่สามารถย่อยสลายได้ และการจัดเตรียมอาหารในปริมาณเหมาะสม การเลือกอาหาร และเครื่องดื่มประเภทออร์แกนิก อาหารในท้องถิ่น รวมถึงมีการบริจาคอาหารเหลือที่ยังรับประทานได้ กับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรหรือผู้ที่ต้องการรับบริจาค

5. การจัดการขยะ (Waste Management) ได้แก่ ผลักดันลดขยะของเสีย จัดให้มีการบริหารจัดการขยะ ระบบการคัดแยก และการรีไซเคิลขยะของงาน

6. ระบบลงทะเบียน (Registration System) ได้แก่ การใช้ระบบลงทะเบียนแบบออนไลน์ หลีกเลี่ยงการพิมพ์เอกสาร เน้นกระบวนการพิมพ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการนำกลับมาใช้ใหม่

7. การจัดเตรียมอื่น ๆ ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ (Other Arrangements which Concern The Environment, Society and Economy) ได้แก่ การเลือกใช้ของที่ระลึกที่ผลิตโดยชุมชน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมและเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น สนับสนุนให้เกิดการตลาดสีเขียว กรอบจก และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดงาน เช่น การจ้างงานชุมชน

8. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หลังงาน (Communications and Public Relations Post the Events) ได้แก่ การจัดทำสรุปผลการปฏิบัติงานตามข้อปฏิบัติของแนวทางการจัดงานอย่างยั่งยืน รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ ข้อปฏิบัติ ความสำเร็จ และประโยชน์จากการจัดงานอย่างยั่งยืนให้ผู้ร่วมงาน บุคคลที่เกี่ยวข้องและสาธารณชนได้รับทราบ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานอีเวนต์และไมซ์อย่างยั่งยืน งานวิจัยของ Brescia-Zapata (2023) พบว่า ปัจจัยด้านความร่วมมือและการสื่อสารระหว่างผู้จัดงาน ผู้เข้าร่วม ชุมชนท้องถิ่น ชัพพลายเออร์ และนักการเมืองเป็นสิ่งสำคัญในการบรรลุเป้าหมายของการจัดงานอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ผู้จัดงานอีเวนต์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความยั่งยืน โดยการนำแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและนโยบายต่าง ๆ มาใช้ ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานสามารถมีส่วนร่วมสนับสนุนแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน โดยการตัดสินใจมีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติ เช่น การเดินทางมาด้วยรถยนต์สาธารณะ การนำขวดน้ำที่ใช้ซ้ำมาเอง นอกจากนี้ Boggia et al. (2017) ได้วิจัยและนำเสนอดัชนีการวัดความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมในการจัดงานอีเวนต์ในการดำเนินงาน 9 เรื่อง ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านพลังงาน ด้านการจัดการน้ำ ด้านการจัดเลี้ยง ด้านการแจกของและการส่งเสริมการขาย ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านการเดินทาง ด้านการบริหารจัดการของเสีย และด้านแนวทางการมีส่วนร่วม ในขณะที่ Mokhtar and Deng (2015) ทำการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ลักษณะสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ 1. อีเวนต์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2. การออกแบบสถานที่อย่างยั่งยืน 3. ผลกระทบและการบริการสีเขียว 4. การวัดผลการจัดอีเวนต์อย่างยั่งยืน และ 5. การแบ่งปันความรู้ไปยังผู้เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ Dodds et al. (2020) ทำการศึกษาการสื่อสารออนไลน์ของการจัดงานเทศกาลในแคนาดาเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเพื่อความยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า การจัดงานเทศกาลส่วนใหญ่ขาดการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เกี่ยวกับการจัดการความยั่งยืน นอกจากนี้ พบว่า ถึงแม้ว่างานเทศกาลต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความยั่งยืน แต่แพลตฟอร์มที่ใช้สื่อสารข้อมูลยังมีน้อย แนวทางปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนส่วนใหญ่ ได้แก่ การจัดการขยะและการขนส่งอย่างยั่งยืน

ในส่วนของการศึกษาการความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์ Fabbrizzia et al. (2016) ทำการศึกษา การวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับแนวคิดเรื่องความยั่งยืนและความเป็นอยู่ที่ดีของนักเรียนมัธยมศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับความยั่งยืนในระดับน้อย โดยเฉพาะในโรงเรียน สำหรับการรับรู้ความเป็นอยู่ที่ดีของนักเรียนสูงที่สุด ได้แก่ เรื่องสุขภาพ รองลงมา ได้แก่ ความเป็นอยู่ที่ดีส่วนบุคคล ระดับการศึกษา และความสัมพันธ์ทางสังคม นอกจากนี้ Solis-Radilla et al. (2019) ได้ศึกษาการรับรู้และประสบการณ์ และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการอย่างยั่งยืนของจุดหมายปลายทาง ผลการศึกษาพบว่า ความยั่งยืนมีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและการสร้างประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ ยังพบว่าประสบการณ์ส่งผลต่อการการแนะนำและบอกต่อ รวมถึงการกลับมาเที่ยวในอนาคตของนักท่องเที่ยว

สำหรับงานวิจัยของไทย อรุณศรี นามชุย และแสงแข บุญศิริ (2559) ทำการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE อย่างยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น โดยรวม และในทุกรายด้าน ได้แก่ ด้านความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความยั่งยืนด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE อย่างยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น ส่วน กนกวรรณ เสนีย์ (2566) พบว่า ปัจจัยด้านความยั่งยืน

ในการริเริ่มเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำ และด้านการให้บริการเกี่ยวกับอาหารส่งผลต่อความตั้งใจในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดประชุมสัมมนา (MICE) อย่างยั่งยืนของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่อเมืองรอง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เคยเข้าร่วมงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยสูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ กัลยา วานิชปัญญา (2550) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง โดยในการวิจัยครั้งนี้จึงเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กับตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยมีประสบการณ์เข้าร่วมงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน จากนั้นจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผ่านแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นใน Google Form และสร้าง QR Code สำหรับให้กับกลุ่มอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดไว้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้จะเก็บข้อมูลในย่านชุมชน สำนักงาน สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้าและช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก และกลุ่มไลน์ โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567-มกราคม พ.ศ. 2568

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พัฒนาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืนของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มาเป็นกรอบในการศึกษา โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 4 ส่วน ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าร่วมงานอีเวนต์ ส่วนที่ 3 คำถามความคาดหวังของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนเป็นลักษณะมาตรประมาณค่า 5 ระดับ และส่วนที่ 4 คำถามระดับการรับรู้ประสบการณ์จริงของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน เป็นลักษณะมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ทั้งนี้แบบสอบถามได้มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นทวนถามและผู้ทรงคุณวุฒิ และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตามสูตรของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามทั้งฉบับในด้านความคาดหวัง เท่ากับ 0.925 และด้านการรับรู้ประสบการณ์จริง เท่ากับ 0.956

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติ Independent Sample t-Test, Paired Sample t-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปร

ผลการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 และเป็นเพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

รายการ	ความคาดหวังการรับรู้			ประสบการณ์จริง		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน	4.42	0.60	มากที่สุด	4.23	0.61	มากที่สุด
2. สถานที่จัดงาน	4.52	0.52	มากที่สุด	4.15	0.68	มาก
3. การตกแต่งสถานที่และจัดเตรียมอุปกรณ์	4.23	0.57	มากที่สุด	3.90	0.70	มาก
4. อาหารและเครื่องดื่ม	4.19	0.57	มาก	3.80	0.76	มาก
5. การจัดการขยะ	4.70	0.53	มากที่สุด	4.06	0.86	มาก
6. ระบบลงทะเบียน	4.41	0.51	มากที่สุด	4.06	0.64	มาก
7. การจัดเตรียมอื่น ๆ	4.35	0.55	มากที่สุด	3.83	0.78	มาก
8. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หลังงาน	4.35	0.63	มากที่สุด	3.90	0.88	มาก
รวม	4.40	0.42	มากที่สุด	3.99	0.60	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$ S.D.=0.42) โดยมีระดับความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในระดับมากที่สุดจำนวน 7 ด้าน และอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคาดหวังด้านการจัดการขยะ ($\bar{X} = 4.70$ S.D.=0.53) รองลงมา ได้แก่ ความคาดหวังด้านสถานที่จัดงาน ($\bar{X} = 4.52$ S.D.=0.52) และความคาดหวังด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน ($\bar{X} = 4.42$ S.D.=0.60)

สำหรับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$ S.D.=0.60) โดยมีระดับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ประสบการณ์จริงด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน ($\bar{X} = 4.23$ S.D.=0.61) และมีระดับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในระดับมาก จำนวน 7 ด้าน ทั้งนี้การรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การรับรู้ประสบการณ์จริงด้านอาหารเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.80$ S.D.= 0.76)

3. ผลการเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ

ตารางที่ 2

เปรียบเทียบความคาดหวังที่มีต่อการดำเนินงานในอนาคตอย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ความคาดหวัง		ลักษณะทางประชากรศาสตร์											
		เพศ		อายุ		การศึกษา		รายได้		อาชีพ			
		t	p	F	p	F	p	F	p	F	p	F	p
1. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน		-2.246	0.025*	0.810	0.519	-1.457	0.146	3.020	0.030*	6.826	0.000***		
2. สถานที่จัดงาน		-0.601	0.548	3.291	0.011*	-0.989	0.323	0.670	0.571	0.809	0.489		
3. การตกแต่งสถานที่และจัดเตรียมอุปกรณ์		0.950	0.343	1.433	0.222	-1.370	0.171	1.544	0.203	0.314	0.815		
4. อาหารและเครื่องดื่ม		1.550	0.122	3.132	0.015*	-1.887	0.060	0.437	0.727	2.935	0.033*		
5. การจัดการขยะ		0.019	0.985	3.066	0.017*	-0.604	0.546	2.008	0.112	6.818	0.000***		
6. ระบบลงทะเบียน		-0.076	0.940	2.609	0.035*	-0.402	0.688	3.210	0.023*	3.952	0.009**		
7. การจัดเตรียมอื่น ๆ		0.209	0.835	0.854	0.492	-0.783	0.434	0.259	0.855	2.884	0.036*		
8. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หลังงาน		0.397	0.691	5.210	0.000***	-1.752	0.081	4.944	0.002***	3.328	0.020*		
ความคาดหวังโดยรวม		0.027	0.979ns	0.259	0.904ns	-1.594	0.112ns	0.655	0.580ns	1.904	0.128ns		

*, **, *** แสดงถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, 0.01 และ 0.001 ตามลำดับ
ns หมายถึง ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (Non Significance)

จากตารางที่ 2 เป็นการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังต่อการดำเนินงานในอนาคตอย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 3

เปรียบเทียบการรับรู้ประสบการณ์จริงที่มีต่อการจ้างงานในวัยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

การรับรู้ประสบการณ์จริง	ลักษณะทางประชากรศาสตร์											
	เพศ		อายุ		การศึกษา		รายได้		อาชีพ			
	t	p	F	p	F	p	F	p	F	p		
1. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน	-2.532	0.012*	5.346	0.000***	0.684	0.495	2.023	0.110	3.841	0.010*		
2. สถานที่จัดงาน	1.481	0.139	8.452	0.000***	1.332	0.184	9.061	0.000***	9.973	0.000***		
3. การตกแต่งสถานที่และจัดเตรียมอุปกรณ์	1.363	0.174	4.325	0.002**	-0.037	0.971	4.506	0.004**	1.838	0.140		
4. อาหารและเครื่องดื่ม	0.513	0.608	3.675	0.006**	-0.163	0.871	6.273	0.000***	2.065	0.104		
5. การจัดการขยะ	-1.262	0.208	8.748	0.000***	1.141	0.255	6.439	0.000***	6.417	0.000***		
6. ระบบลงทะเบียน	-2.621	0.009**	8.704	0.000***	1.263	0.207	2.797	0.040*	5.734	0.001**		
7. การจัดเตรียมอื่น ๆ	0.587	0.558	8.629	0.000***	3.382	0.001**	7.274	0.000***	5.477	0.001**		
8. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หลังงาน	0.067	0.947	7.045	0.000***	2.915	0.004**	11.628	0.000***	4.618	0.003**		
การรับรู้ประสบการณ์จริงโดยรวม	-0.292	0.770ns	8.452	0.000***	1.702	0.090ns	8.497	0.000***	4.680	0.003**		

*, **, *** แสดงถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, 0.01 และ 0.001 ตามลำดับ

ns หมายถึง ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (Non Significance) จากตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ประสบการณ์จริงของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อการจ้างงานในวัยต่ออย่างอื่น จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ประสบการณ์จริงโดยรวมต่อการจ้างงานในวัยต่ออย่างอื่น แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4

เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงที่มีต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ความคาดหวัง	การรับรู้ประสบการณ์จริง				t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน	4.42	0.60	4.23	0.61	5.584	0.000***
2. สถานที่จัดงาน	4.52	0.52	4.15	0.68	10.364	0.000***
3. การตกแต่งสถานที่และจัดเตรียมอุปกรณ์	4.23	0.57	3.90	0.70	8.726	0.000***
4. อาหารและเครื่องดื่ม	4.19	0.57	3.80	0.76	9.423	0.000***
5. การจัดการขยะ	4.70	0.53	4.06	0.86	14.551	0.000***
6. ระบบลงทะเบียน	4.41	0.51	4.06	0.64	10.047	0.000***
7. การจัดเตรียมอื่น ๆ	4.35	0.55	3.83	0.78	12.057	0.000***
8. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์หลังงาน	4.35	0.63	3.90	0.88	9.206	0.000***
โดยรวม	4.40	0.42	3.99	0.60	13.368	0.000***

*** แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4 ใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงที่มีต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ด้วยสถิติ Paired Sample t-Test พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงที่มีต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งที่ระดับ 0.001 โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงที่มีต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนโดยรวมและรายด้าน พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน สูงกว่าการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนโดยรวม และรายด้านทุกด้าน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

ระดับความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) ทั้งนี้อาจมาจากการที่กลุ่มประชาชนในกรุงเทพมหานครเริ่มตระหนักรู้ และให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อม ความต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี รวมถึงการมีนโยบายและการผลักดันเรื่องความยั่งยืนของภาครัฐและเอกชน ดังจะเห็นได้จากการตั้งเป้าหมายกรุงเทพมหานครสู่การเป็นเมืองที่น่าอยู่

และยั่งยืน โดยมุ่งหวังในปี พ.ศ. 2570 คือ กรุงเทพมหานครต้องเป็นเมืองน่าอยู่ 1 ใน 50 อันดับแรกของโลก (ัชชาดิชวนทุกคนร่วมออกแบบ ‘กรุงเทพฯ’ เมืองยั่งยืน, 2567) จึงทำให้ประชาชนมีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุดต่องานอีเอนต์ที่ตนเองต้องการเข้าร่วมให้มีการจัดงานโดยยึดแนวความคิดการจัดงานอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ดีในงานวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างคาดหวังงานอีเอนต์ที่มีการจัดการด้านขยะด้วยคะแนนสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ภัทรธมนต์ พลรงค์ และประสพชัย พสุนนท์ (2565) พบว่า องค์ประกอบการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอน อันดับที่ 1 คือ การออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสียสำหรับการจัดการด้านขยะควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการขยะ ระบบการคัดแยกขยะ และการรีไซเคิลขยะของงาน โดยในเรื่องดังกล่าวควรมีสอน และปลูกฝังให้ปฏิบัติจริงตั้งแต่ครอบครัว โรงเรียน เนื่องจาก Fabbri et al. (2016) พบว่า การแยกเก็บขยะ การประหยัดพลังงาน การบริโภคผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และการลดขยะอาหารเป็นกิจกรรมที่สร้างจากนิสัยที่เด็ก ๆ ได้รับมาจากครอบครัว

สำหรับระดับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเอนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) ซึ่งค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การรับรู้ประสบการณ์จริงด้านอาหารเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.80$) ซึ่งให้เห็นว่า งานอีเอนต์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับอาหารเครื่องดื่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการมีบริการคริม น้ำตาล นมที่มาจากภษณะ การจัดการอาหารที่เหลือจากการรับประทานไปยังองค์กรหรือผู้ที่ต้องการ รวมถึงการใช้อาหารประเภทออร์แกนิก อาหารในท้องถิ่นในการจัดงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรธมนต์ พลรงค์ และประสพชัย พสุนนท์ (2565) ที่งานวิจัยพบว่า องค์ประกอบด้านอาหารสีเขียว ประเด็นเรื่องการจัดให้บริการอาหารออร์แกนิก มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับการจัดงานเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอน นอกจากนี้ เมทิตา อังศุเมธ (2564) เสนอแนวทางการจัดการขยะอาหารสำหรับงานอีเอนต์ในมุมมองของผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน ได้แก่ 1. การจัดการก่อนการผลิตอาหาร โดยศึกษารสนิยมของผู้เข้าร่วมงาน กำหนดคุณลักษณะและประมาณการวัตถุดิบ เพื่อออกแบบเมนูให้สอดคล้องกับจำนวนผู้เข้าร่วมงาน 2. การจัดการระหว่างงานเลี้ยง ใช้เทคนิคในการแบ่งส่วนการปรุงและเสิร์ฟอาหารให้เหมาะสมกับช่วงเวลา สถานการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน 3. การจัดการหลังงานเลี้ยง ควรนำอาหารหรือวัตถุดิบที่อยู่ในงานเลี้ยงควรหมุนเวียนไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 4. การจัดการขยะอาหารจะมีการให้ความรู้แก่พนักงาน เรื่องการคัดแยกขยะอาหารให้ถูกต้อง เพื่อแปรรูปหรือใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐควรมีการกำหนด และมีมาตรการในการรองรับของเสียจากการจัดกิจกรรม เช่น ขยะอินทรีย์ (ขยะอาหาร) และของเสียอันตรายจากการจัดงาน (สุพรรณิ ศรีธัมมา, 2567)

ทั้งนี้เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเอนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ประสบการณ์จริงโดยรวมต่อการจัดงานอีเอนต์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุมากกว่า 48 ปีขึ้นไป กลุ่มรายได้ 45,000 บาทขึ้นไป และกลุ่มอาชีพข้าราชการจะมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเอนต์อย่างยั่งยืนโดยรวมน้อยกว่า เมื่อเทียบกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุรายได้ และอาชีพกลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกลุ่มอายุ 33-40 ปี กลุ่มรายได้ 15,000-30,000 บาท และเป็นกลุ่มพนักงานเอกชน จะมีการรับรู้ประสบการณ์จริงโดยรวมต่อการจัดงานอีเอนต์อย่างยั่งยืนโดยมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

สำหรับการเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเอนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงที่มีต่อการจัดงานอีเอนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม และรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาระดับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังโดยรวมต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน ($\bar{X} = 4.40$) สูงกว่าการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน ($\bar{X} = 3.39$)

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวัง กับประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนคะแนนสูงสุดไปหาคะแนนน้อยสุด ได้แก่ ด้านการจัดการขยะ ด้านการจัดเตรียมอื่น ๆ ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์หลังงาน ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสถานที่จัดงาน ด้านระบบลงทะเบียน ด้านการตกแต่งสถานที่และจัดเตรียมอุปกรณ์ และด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนด้านการจัดการขยะมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันมากที่สุด (ความคาดหวังด้านการจัดการขยะ $\bar{X} = 4.70$ และการรับรู้ประสบการณ์จริงด้านการจัดการขยะ $\bar{X} = 4.06$) สอดคล้องกับ Mair and Laing (2012) ที่เสนอแนะไว้ว่า

แนวทางการจัดงานที่ยั่งยืนควรกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมงานมีส่วนร่วมในการจัดการขยะ การบริหารและการคัดแยกขยะ อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลุ่มประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในระดับสูง

ซึ่งประเด็นนี้ควรได้รับการตอบสนองจากผู้ประกอบการและผู้จัดงานเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดการรับรู้ประสบการณ์จริงตามที่คาดหวัง ดังเช่นที่ Solís-Radilla et al. (2019) กล่าวว่า การสร้างความยั่งยืนต้องให้ความสำคัญกับความคาดหวังของผู้เข้าร่วมงาน เพราะสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ใส่ใจสร้างประสบการณ์ตามแนวทางความยั่งยืนได้ ดังจะเห็นได้จาก กรณีศึกษาเทศกาลเปียร์ Belgrade มีผู้คนประมาณ 500,000 คนมารวมตัวกันตลอดระยะเวลา 5 วัน งานนี้มีการสร้างประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงานผ่านการวางแผนการจัดงานที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีการจัดแคมเปญหลากหลายเพื่อให้ผู้เข้าชมงานเทศกาลได้ตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ลดปริมาณขยะ การเมาไม่ขับ การส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งรวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งถือเป็นการจัดงานที่ส่งเสริม และเกิดผลกระทบเชิงบวกต่อการเป็นจุดหมายปลายทางและประเทศ เสริมสร้างภาพลักษณ์ ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยว และภาคส่วนอื่น ๆ ซึ่งเทศกาลเปียร์เบลเกรดเป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practice) ที่สามารถใช้เป็นแนวทางให้ประเทศอื่น ๆ ในการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนได้ (Seocanac, 2023)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาและยกระดับประเด็นการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องดำเนินการ เนื่องจากงานวิจัยชี้ชัดว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในระดับมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันผลการวิจัย พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครยังมีการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในระดับมากเท่านั้น ดังนั้น ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดงานอีเวนต์จะต้องมีบูรณาการแนวคิดการจัดงานอย่างยั่งยืนให้อยู่ในแผนงาน การออกแบบงาน และใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในการจัดงานเพื่อตอบสนองความคาดหวังของประชาชน และเกิดประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามที่คาดหวังไว้

2. ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรปรับปรุงการจัดอีเวนต์อย่างยั่งยืนในด้านการจัดการขยะเป็นอันดับแรก เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในประเด็นด้านการจัดการขยะแตกต่างกัน ซึ่งมีความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดเมื่อเทียบกับประเด็นอื่น ๆ โดยควรส่งเสริม สนับสนุน และมีแนวทางการบริหารจัดการขยะ มีระบบการคัดแยก และมีการรีไซเคิลขยะที่เกิดจากการจัดงานอีเวนต์อย่างเป็นรูปธรรม

3. ประเด็นด้านการจัดการอาหารเครื่องดื่มเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากประชาชนมีการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในด้านการจัดการอาหารเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นการจัดงานอีเวนต์ควรมีแนวทางปฏิบัติด้านการจัดการอาหารอย่างยั่งยืน ได้แก่ การงดใช้ขวดน้ำพลาสติก การใช้มีบริการน้ำตาล นม ครีมแบบเติมจากพาชนะ การงดใช้หลอด การจัดเตรียมอาหารสำหรับผู้เข้าร่วมงานในปริมาณที่เหมาะสม การส่งเสริมสนับสนุนให้ใช้อาหารประเภทออร์แกนิกและอาหารในท้องถิ่น เป็นต้น

4. ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เข้าร่วมงานมาใช้ในการวางแผน การบริหารการจัดงานโดยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตามความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ เพื่อสร้างสรรค์และออกแบบงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนให้เกิดระดับการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับความคาดหวังกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มต่อไป

5. การจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนจะประสบความสำเร็จได้ ผู้จัดงานต้องมีการสื่อสารเกี่ยวกับแนวคิดด้านความยั่งยืน รวมถึงการให้ผู้เข้าร่วมงานมีส่วนร่วม และเห็นถึงคุณค่าของการจัดงานอย่างยั่งยืน ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการจัดงาน เช่น การส่งเสริมวิธีการเดินทางมาด้วยรถยนต์สาธารณะ การนำขวดน้ำที่ใช้ซ้ำมาเอง แนวทางการคัดแยกขยะ การลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ การเลือกประเภทของอาหารและปริมาณ การทานอาหารที่เหมาะสม เป็นต้น รวมถึงสรุปและสื่อสารผลลัพธ์จากการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนไปยังผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้ทราบภายหลังจัดงานแล้วเสร็จ

6. ควรมีการรณรงค์ปลูกฝังเรื่องความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในระดับครอบครัว ระดับโรงเรียน มหาวิทยาลัย และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดการตระหนักรู้ และการลงมือปฏิบัติจริง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับพันธมิตรในการขับเคลื่อนแนวทางการจัดงานอย่างยั่งยืน โดยต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนท้องถิ่น ชักพลาเยอร์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่สามารถสนับสนุน เข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทในการขับเคลื่อนและผลักดันให้บรรลุเป้าหมายของการจัดงานอย่างยั่งยืน

7. ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสร้างต้นแบบงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในประเทศไทย และผลักดันให้มีการสื่อสาร มีการรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ แนวทางในการปฏิบัติที่ถูกต้องและเป็นรูปธรรม สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ รวมถึงปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น ในอันจะเป็นแนวทางที่จะพัฒนาการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้น และประสบความสำเร็จต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปในอนาคตสามารถศึกษากับประชากรในพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย และอาจมีการวิจัยคุณภาพเพิ่มเติมตามแนวคิดของงานวิจัยนี้

2. ควรมีการศึกษาวิจัยต้นแบบการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการส่งเสริมการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในประเทศไทยให้เป็นรูปธรรมต่อไป

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ เสนีย์. (2566). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จัดประชุมสัมมนา (MICE) อย่างยั่งยืนของคนกรุงเทพมหานครที่มีต่อเมืองรอง [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/5155>
- กันยา สุวรรณแสง. (2544). จิตวิทยาทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 5). อักษรวิทยา.
- กัลยา วานิชปัญษา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 10). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัชชาติชวนทุกคนร่วมออกแบบ ‘กรุงเทพฯ’ เมืองยั่งยืน. (2567, 4 ตุลาคม). โพสต์ทูเดย์. <https://www.posttoday.com/smart-city/714152>
- ปิ่นพร วงษ์จันทร์เพ็ญ. (2566). ปัจจัยความสำเร็จในการจัดงานอีเวนต์สำหรับโรงแรม 5 ดาว ที่ได้รับมาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (TSEMS) ในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/5237>
- ภัทรธมนต์ พลรงค์ และประสพชัย พสุนนท์. (2565). องค์ประกอบที่มีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วารสารเศรษฐศาสตร์วิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 7(2), 199-218. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jeducrru/article/view/260045>
- เมธิตา อังศุเมธ. (2564). แนวทางการจัดการขยะอาหารสำหรับงานอีเวนต์ในมุมมองของผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/3977>
- ลักขณา สรวิวัฒน์. (2549). จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน (พิมพ์ครั้งที่ 2). โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และองอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. ธรรมสาร.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป.ก). แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืน. http://micecapabilities.tceb.or.th/mice/uploads/attachments/TCEB_25BasicGuidelines_UpdatedSEP2023.pdf
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป.ช.). คู่มือการจัดงานอย่างยั่งยืน. [http://micecapabilities.tceb.or.th/mice/uploads/attachments/Thailand_Sustainable_Events_Guide_\(TH\).pdf](http://micecapabilities.tceb.or.th/mice/uploads/attachments/Thailand_Sustainable_Events_Guide_(TH).pdf)
- สุพรรณิ ศรีธัมมา. (2567). แนวทางการจัดการของเสียจากงานอีเวนต์เพื่อความยั่งยืนในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, 21(1), 238-249. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/umt-poly/article/view/274198>
- อมรินทร์ทีวีออนไลน์. (2566, 5 ตุลาคม). Sustainable event design จัดอีเวนต์อย่างไรให้ยั่งยืน. <https://www.amarintv.com /spotlight/sustainability/52921>
- อรุณศรี นามสุข และแสงแข บุญศิริ. (2559). แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE อย่างยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ, 12(2). <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/103586>

- โอลิมปิก Tokyo 2020 จัดการแข่งขันบนหลัก SDGs มุ่งสู่ความยั่งยืน. (2564, 25 กุมภาพันธ์). ประชาชาติธุรกิจ. <https://www.prachachat.net/sd-plus/sdplus-sustainability/news-723569>
- MICE Intelligence Team. (2567, 11 เมษายน). *Festival economics empowering with technology ยกกระตือรือร้นการจัดงานเทศกาลด้วยเทคโนโลยี*. MICE Intelligence & Innovation Department. <https://intelligence.businesseseventsthailand.com/en/blog/festival-economics-empowering-with-technology>.
- Boggia, A., Massei, G., Paolotti, L., Rocchi, L., & Schiavi, F. (2017). A model for measuring the environmental sustainability of events. *Journal of Environmental Management*, 206, 836-845. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.11.057>
- Brescia-Zapata, M. (2023). Towards sustainable and accessible events: An exploratory research perspective. *Universal Access in the Information Society*. <http://dx.doi.org/10.1007/s10209-023-01069-9>
- Dodds, R., Novotny, M., & Harper, S. (2020). Shaping our perception of reality: Sustainability communication by Canadian festivals. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(4), 473-492. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-03-2020-0012>
- Fabbrizzia, S., Magginob, F., Marinell, N., Menghinic, S., & Riccia, C. (2016). Sustainability and well-being: The perception of younger generations and their expectations. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8, 592-601. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.081>
- Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (2nd ed.). Routledge.
- Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., & Carlsen, J. (2015). *Events and sustainability*. Routledge. <https://doi.org/10.9774/gleaf.9781315813011>
- Johnston, R. (1995). The determinants of service quality: Satisfiers and dissatisfiers. *International Journal of Service Industry Management*, 6(5), 53-71. <https://doi.org/10.1108/09564239510101536>
- Mair, J., & Laing, J. (2012). The greening of music festivals: Motivations, barriers and outcomes. Applying the Mair and Jago model. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 683-700. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.636819>
- Matthews, D. (2008). *Special event production: The process*. Routledge.
- Mokhtar, S., & Deng, Y. (2015). Attributes of sustainable event. *International Journal of Environmental Science and Development*, 6(11), 868-875. <http://dx.doi.org/10.7763/IJESD.2015.V6.714>
- Romiti, A., & Sarti, D. (2016). Service quality experience and customers' behavioural intentions in active sport tourism. *Modern Economy*, 7, 1361-1384. <http://dx.doi.org/10.4236/me.2016.712127>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. Prentice-Hall.

- Seeman, M., & Evans, J. W. (1962). Alienation and learning in a hospital setting. *American Sociology Review*, 27(6), 772-782. <https://doi.org/10.2307/2090405>
- Seočanac, S. (2023). Events and sustainability: Why and how to organize green events? *Economics of Sustainable Development*, 7(1), 39-48. <http://dx.doi.org/10.5937/ESD2301039S>
- Solís-Radilla, M. M., Hernández-Lobato, L., Callarisa-Fiol, L. J., & Pastor-Durán, H. T. (2019). The importance of sustainability in the loyalty to a tourist destination through the management of expectations and experiences. *Sustainability*, 11(15), 4132. <https://doi.org/10.3390/su11154132>
- United Nations Development Programme. (2023). *Sustainable events: How to plan and organize sustainable events in Serbia*. <https://www.undp.org/serbia/publications/guideline-sustainable-events>

ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์การเดินทาง ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน

The effects of marketing strategy of travel products on Taiwan tourists' behavior

Received: January 29, 2025

Revised: March 20, 2025

Accepted: March 21, 2025

เหวิน-ต้า กัว*

Wen-Ta Kuo*

วีระพล ทองมา**

Weerapon Thongma**

จิ้น-ฟา ซ้าย***

Chin-Fa Tsai***

วินิตรา ลีละพัฒนา****

Winitra Leelapattana****

*, **, ***, *****, *****หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

*, **, ***, ***, *****, *****Program in Tourism Management, International College, Maejo University

*Email: jameskuo2008@hotmail.com

**Email: weerapon.mju@gmail.com

***Email: cftsai@mail.ncyu.edu.tw

****Email: w.leelapattana@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้จะสำรวจการจัดการเชิงกลยุทธ์ของจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไต้หวัน โดยเน้นที่ความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นจากการระบาดของ COVID-19 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งบูรณาการกิจกรรมทางการเกษตรเข้ากับการท่องเที่ยวได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในชนบทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน การวิจัยนี้มุ่งหวังที่จะทำความเข้าใจการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไต้หวัน ระบุอุปสรรคสำคัญที่อุตสาหกรรมต้องเผชิญ และเสนอมาตรการเชิงกลยุทธ์สำหรับการกำกับดูแลและการฟื้นฟูที่มีประสิทธิภาพในยุคหลังการระบาดใหญ่ โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการและผู้ดูแลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การศึกษานี้จะตรวจสอบปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนความสำเร็จและความยั่งยืนในระยะยาวของวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเน้นที่ศักยภาพของภาคส่วนในการสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยและชุมชนในชนบท โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การตลาดที่สร้างสรรค์ และแนวทางการจัดการแบบองค์รวม นอกจากนี้ การวิจัยยังศึกษาผลกระทบของ COVID-19 ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยระบุกลยุทธ์การปรับตัวเช่น มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดยิ่งขึ้น แนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน และการมีส่วนร่วมของชุมชน นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงความชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศและธรรมชาติ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นแนวทางตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการให้ข้อมูลเชิงปฏิบัติแก่ผู้กำหนดนโยบาย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และผู้พัฒนาพื้นที่ชนบท งานวิจัยนี้มีส่วนสนับสนุนด้านการจัดการการท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชนบท โดยในท้ายที่สุด งานวิจัยนี้ยังเน้นย้ำถึงบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในฐานะรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความยืดหยุ่นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถปรับให้เข้ากับแนวโน้มของตลาดได้ ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการฟื้นฟูพื้นที่ชนบทในระยะยาวในไต้หวัน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การจัดการเชิงกลยุทธ์ การฟื้นฟูหลังการแพร่ระบาด การท่องเที่ยวไต้หวัน

Abstract

This study explores the strategic management of agritourism destinations in Taiwan, focusing on the challenges and opportunities emerging from the COVID-19 pandemic. Agritourism, which integrates agricultural activities with tourism, has become a vital driver of rural economic recovery and sustainable development. This research seeks to understand the growth of agritourism in Taiwan, identify key obstacles the industry faces, and propose strategic measures for effective governance and revitalization in the post-pandemic era. Using qualitative research methods, including in-depth interviews with agritourism operators and administrators, the study examines factors contributing to agritourism enterprises' success

and long-term sustainability. It highlights the sector's potential in supporting small-scale farmers and rural communities, emphasizing the importance of strategic planning, innovative marketing, and holistic management approaches. Additionally, the research investigates the impact of COVID-19 on agritourism, outlining adaptive strategies such as enhanced health and safety measures, sustainable practices, and community engagement. The study also analyzes shifting visitor preferences toward domestic and nature-based tourism experiences, positioning agritourism as a viable response to changing market demands. By providing practical insights for policymakers, agritourism entrepreneurs, and rural developers, this research contributes to tourism management and rural development. Ultimately, it underscores agritourism's role as a resilient and eco-friendly tourism model capable of adapting to market trends while fostering economic recovery and long-term rural revitalization in Taiwan.

Keywords: Agritourism, Strategic Management, Post-Pandemic Recovery, Taiwan Tourism

Introduction

The worldwide dissemination of the COVID-19 pandemic has profoundly affected economic sectors worldwide, with the tourism industry being among the most severely impacted. The World Tourism Organization (UNWTO) reports that international visitor arrivals experienced a 20-30% decline in the initial quarter of this year and are projected to decrease by 60-80% for the entire year of 2020. The worldwide state of the pandemic continues to be disorderly. A comprehensive assessment of the duration and severity of the COVID-19 pandemic's impact on the tourism sector has yet to be conducted. UNWTO has envisioned various scenarios for the recovery of the tourism industry. Furthermore, these forecasts underscore the notion that the speed at which destinations regain control of the pandemic will determine the nature of the recovery; domestic tourism is anticipated to rebound before international tourism. Foreign visitor arrivals to Taiwan are expected to reach their lowest level in four decades this year due to the COVID-19 pandemic.

Following a sustained effort spanning six months, the pandemic situation in Taiwan has been brought under control. Transportation, business operations, tourist attractions, and locations are progressively resuming their regular activities. This is an encouraging omen for reviving the nation's tourism industry. Destinations and enterprises must meticulously develop recovery strategies corresponding to market trends in this context. This necessitates that domestic travel companies closely monitor the trends and behaviours of travellers following the COVID-19 pandemic. Numerous inquiries are examined, including "Has the

influence of COVID-19 altered the preferences of tourists when it comes to destination selection?” and “What are the intentions of Taiwanese tourists for the remainder of 2021?” as well as “Has tourist behavior changed?” As a result, this research will provide invaluable insights that will aid agritourism enterprises in Taiwan in promptly comprehending the market landscape and making necessary preparations for the post-pandemic recovery of the tourist industry (Yepez & Leimgruber, 2024).

Taiwan is one of the most sought-after travel destinations, as the number of visitors has increased significantly in recent years. The consumer profile and destination image are the primary determinants that impact marketing strategies and visitor attraction within the tourism industry. Over the past few years, the agricultural sector in Taiwan has experienced a comparatively slower growth rate than other industries, including service and engineering. Agriculture’s value encompasses non-market functions, such as the provision of verdant scenery and environment and the ecological function of safeguarding subterranean water, natural resources, and other resources. The situation is comparable to that of the United States, where agricultural crises and economic restructuring have drastically reduced the economic opportunities of rural communities since 1970. The primary impetus behind the Council of Agriculture of Taiwan’s efforts to integrate the agriculture and tourism sectors since 1981 was the low income and value of agricultural productivity, which prompted the development of agriculture tourism in rural areas. As per the Leisure Farm Guiding Regulations, agriculture tourism in Taiwan is characterized as an industry that integrates fishery and ranching production, agricultural activities, farmland culture, and farmland lifestyle by utilising natural ecology, bucolic views, and environmental resources. This allows Taiwanese to engage in farming activities during their free time.

There are numerous varieties of recreational agriculture in Taiwan, including tourist orchards, educational farms, and leisure farms. For instance, leisure farming has substantial untapped growth potential despite its current limitations. The advancement of agricultural tourism is fraught with challenges and requirements. The Council of Agriculture designated 31 rural farms to establish leisure farms beginning in 1989; however, only a quarter of these farms subsequently submitted applications for operating licences and presently function as leisure farm enterprises. Farmers have an inadequate understanding of leisure farms’ marketing and administration aspects and a limited comprehension of agriculture travellers and customers (Ornin, 2024).

Furthermore, extensive time lags exist in acquiring financial assistance and the requisite authorization for establishing recreational farms. In addition, the desires and

requirements of visitors (consumers) have grown increasingly complex. Skill and knowledge in leisure farm management have become crucial in current circumstances. To augment profits and income, expand their customer base, and fulfil consumer demands, leisure farms must additionally implement marketing management strategies. Taiwan has successfully shifted from its traditional model of agricultural production to one that combines agriculture with entertainment and experiences, transforming it into a one-of-a-kind agritourism destination that annually attracts many tourists. As of July 31st, 2017, Taiwan had eighty-two designated agritourism zones. The leisure farm model is the most prevalent, with approximately 400 registered farms offering experiential learning opportunities for travellers to gain knowledge about agriculture.

Additionally, a website that offers comprehensive information on agritourism in Taiwan was introduced, featuring content in both English and Japanese, to broaden the outreach to prospective target clients. In Taiwan, agritourism zones are categorized according to their sizes and categories to facilitate government oversight and assistance in promoting the development of agritourism by farmers, capitalizing on local advantages. Government-issued regulations provide assistance to businesses to generate employment opportunities, augment local income, and allow tourists to experience the agricultural way of life (Kuo et al., 2024; Lin et al., 2020). Consequently, this research aims to investigate the strategic tourism attraction management for agritourism destinations in Taiwan.

Objectives of the Study

1. To examine and gain a deeper comprehension of the progression of agritourism in Taiwan.
2. To determine the level of visitor contentment regarding the agritourism destination's performance.
3. To investigate the appeal of agritourism destinations in Taiwan after the pandemic crisis.

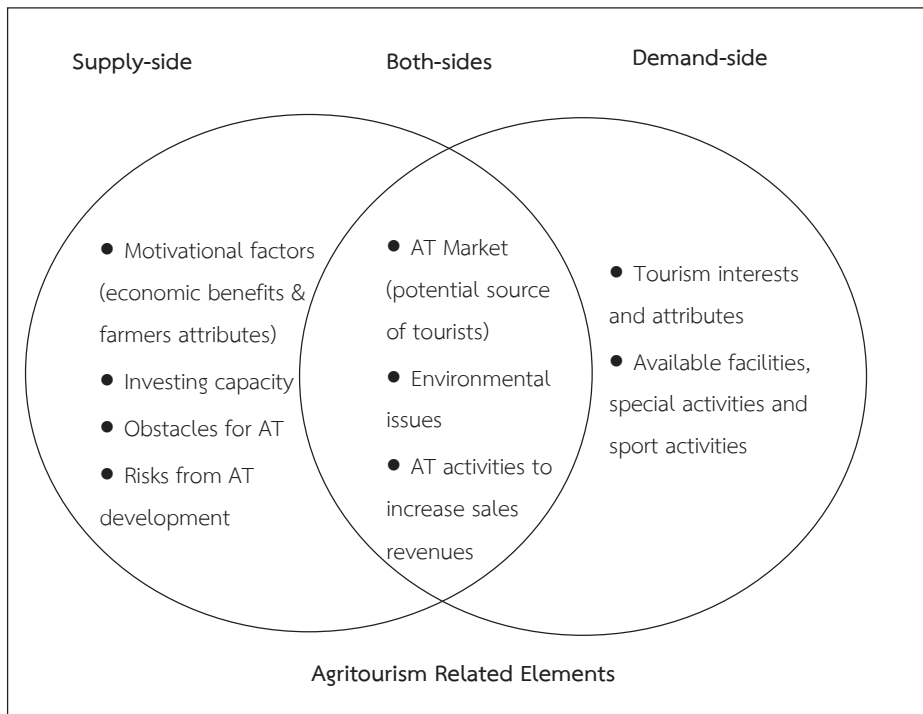
Literature Review

Agritourism is required to generate economic, social, and ecological sustainability. Consequently, farms ought to strive to steer the provision of the agritourism approach by generating numerous economic, sociocultural, and environmental advantages—benefits that extend beyond the individual farmer to the greater society. Nevertheless, the progression of agritourism exhibits variability. The variations in carrying capacity, destination

connectivity, categories of accessible attractions, and level of government support cause substantial disparities between regions. Thus, it is necessary to determine the general implications for agritourism development in light of the supply and demand for such development. Given that agritourism is still in its nascent stage in developing nations, it is imperative to comprehend the requisite conditions and critical factors that must be scrutinised to facilitate its development and modification. Consequently, guidelines for developing agritourism can be evaluated from the perspectives of supply, demand, and both (Figure 1) (Bhatta & Ohe, 2020).

Aspects that encourage farmers to establish agritourism, such as economic factors or their characteristics, farmers' investment capacities, and challenges and dangers associated with agritourism development, are encompassed in supply-side perspectives. Similarly, the demand for agritourism can vary according to the characteristics of the visitors themselves, including their spending capacity, time availability, and expectations. Tourists' interests, including those related to demographics and society, may differ (Bhatta & Ohe, 2020).

Additionally, the attributes of travellers can influence the choice of a specific form of agritourism, as their motivations for participating in such activities may vary depending on the characteristics of the destination. For example, individuals visiting for educational purposes or on family vacations may have distinct expectations compared to those searching for culinary or adventurous experiences. Additional factors can be evaluated from both the supply and demand sides. Environmental factors, activities to increase sales revenue, access to farms, and agritourism activities can all impact suppliers and tourists (Bhatta & Ohe, 2020). Sustainable tourism in agrotourism emphasizes environmentally friendly practices that enhance local agricultural communities' economic and social well-being. This approach focuses on environmental conservation, community engagement, cultural preservation, and financial viability by integrating agricultural experiences into tourism. Sustainable agrotourism allows visitors to connect with local farming cultures while supporting local economies and preserving ecosystems (Woods, 2006). Academic literature indicates that agrotourism can promote sustainable development, demonstrating its capacity to benefit rural areas and the environment (Kasim, 2007; R. Sharpley & J. Sharpley, 1997).

Figure 1*Important Elements for Agritourism Development (AT=Agritourism)***Research Methodology**

The study investigates Taiwan's agritourism sector, focusing on the perspectives of proprietors and administrators of agritourism destinations through focus groups. A combination of convenience and purposive sampling techniques is employed, allowing for selecting participants based on accessibility and relevance. As articulated by Vaus, the research design is established to ensure that the gathered evidence effectively addresses the research inquiries, distinguishing the design as a methodological framework rather than merely a data collection tool. Primary data is collected via unstructured and semi-structured interviews, providing respondents with the opportunity to share their insights freely. In contrast, secondary data is sourced from existing literature, reports from the Taiwan Agritourism Association, and relevant research documents. The analysis will apply statistical methods for quantitative data and descriptive techniques for qualitative insights, aiming to construct a comprehensive understanding of the agritourism phenomenon in Taiwan. This explanatory and naturalistic approach seeks to authentically portray the experiences and perceptions related to agritourism, establishing a foundation for further exploration of the topic.

Research Population

To ensure that the focus group fully understood the development strategy of agritourism and was experienced in the implementation of innovation activities, purposive sampling was used for selecting focus groups, including Experts in agritourism in Taiwan, proprietors; administrators of agritourism

Sample Size

Qualitative research will be done through focus groups. Referring to Krueger (2014) In “Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research (5th ed.)”, the recommended sample size for focus groups is 6 to 12, which ensures both diversity in the discussion and sufficient time for each participant to speak (Krueger, 2014). Therefore, the sample size for this study is 10.

Sample Group

This study’s sample consists of experts, proprietors, and administrators of agritourism in Taiwan. The information discussed concerns Regularizing and upgrading the recreational farm industry, developing experiential niche agricultural activities, Marketing agritourism to tourists abroad, Increasing tourist numbers to local areas, and Providing subsidies to support agribusiness enterprises.

Data Collection

The main data collection methods during a focus group discussion include audio and tape recording, note-taking and participant observation (Stewart et al., 2007). However, each of these methods presents different advantages and disadvantages and researchers should consider context-specific issues in selecting a method of data collection (Krueger, 1994; Stewart & Shamdasani, 1990). Regardless of the number of focus group discussion meetings, it is essential to consider the duration of the meetings. Participants are likely to suffer from fatigue when discussions are more extended. The rule of thumb is c. 1–2 hours, based on the complexity of the topic under investigation, the number of questions and the number of participants.

Results and Discussion

Agritourism is a burgeoning sector in Taiwan, bolstered by the nation's substantial and congested urban populace. These inhabitants frequently visit agritourism farms to engage in agricultural tasks, such as fruit picking, and to escape the bustle of Taiwan's major cities (Liang et al., 2021). As defined by Phillip et al. (2010), Agritourism is a form of commercial enterprise that integrates agricultural activities with tourism to attract visitors to a farm or other agrarian setting to entertain or educate them while generating revenue for the farm enterprise. In Taiwan, agritourism is a thriving industry. *According to COA completed amendments to "regulations for the guidance and administration of recreational agriculture" to help legalize recreational farms (2006)*, licenses were issued to 486 leisure farms across Taiwan as of 2020. A cross-section of a catalogue of agribusiness enterprises, as compiled by the Taiwan Leisure Farm Development Association (TLFDA), is presented in Table 1.

Table 1

List of Agritourism Businesses Supported by Taiwan's Government

Agritourism Enterprise Type	Farm Name	Farm Location	Farm Size	Year of Establishment	Activities
Farm	Toucheng Leisure Farm	Yilan County	>120 ha	1979	Rice culture exhibition; orchids, DIY fruit-processing
	Sanfu Leisure Farm	Yilan County	14 ha	1989	Pomelo cultivation; pomelo byproducts
	Lucky Time Leisure Farm	Taoyuan County	1.5 ha	2011	Rice-farming
Fram	Chienhu Chuanchi Ecological Farm	New Taipei City	10 ha	1987	Ecological fish farm
	Mei-Jia Tea Garden	Taipei City	2.5 ha	1987	Tea farm
	Bamboo Culture Park	Nantou	1.92 ha	1997	Bamboo farm and living museum
Forestry	Dakeng Leisure Farm	Tainan city	10.62 ha	1989	Chicken farm; Formosan Silka deer farm
	Forest 18 Leisure Farm	Nantou County	1.3 ha	1999	Eucalyptus farm
	Long Yun Farm	Chiayi County	400 ha	2001	Bamboo shoots and tea farm
	Wuhxiu Leisure Farm	Nantou County	>10 ha	2005	Bamboo and tea farm
	Li Chuan Aquafarm	Hualien County	104 ha	1971	Freshwater clam farm
Fishery	Haha Fish	Changhua County	50 ha	2009	Beach seining, shrimp catching, and clam digging
	Xiang He Leisure Fish Farm	Chiayi County	100 ha	2008	Fish farm

Table 1 (Cont.)

Agritourism Enterprise Type	Farm Name	Farm Location	Farm Size	Year of Establishment	Activities
Fishery	Shuei Yue Leisure Blue Whale Fish Hu	Hsinchu	481 ha	2008	Industrial-style fish farm
	Orz Shrimp Club	Yunlin County	1 ha	2015	Fish farm
Husbandry	Flying Cow Ranch	Miaoli County	120 ha	1975	Cow ranch
	Tainan Duck Leisure Farm	Tainan City	3 ha	2007	Duck farm
	Nong Chun Chen Ecological Education Farm	Kaohsiung City	5 ha	2000	Educational chicken plus Butterfly farm
	Honey Museum	Yunlin County	4.62 ha	2006	Bee farm and museum
Husbandry	Hwayi Leisure Farm	Kaohsiung	2.5 ha	2014	Demonstration goat ranch

Source: Hsieh and Antoine (2023)

Agritourism is a long-standing sector in Taiwan, dating back to 1979 when one of the earliest farms was established. In Taiwan, recreational farms are abundant in variety and provide a vast array of activities. Such establishments as living farm museums, fish farms, produce orchard farms, animal sanctuaries, bee farms, and tea farms are among them. Specific farms exhibit considerable scale, exemplified by the Long Yun Farm's expansive 400 ha. In contrast, others conform to the prototypical family farm size in Taiwan, measuring no more than 2 ha, as in the Forest 18 Leisure Farm case. As of 2019, COA completes amendments to "regulations for the guidance and administration of recreational agriculture" to help legalize recreational farms (2006) reported that 27.8 million tourists visited destinations for leisure and pastoral travel, of which 77,000 were international. Furthermore, these excursions generated a production value of NT\$10.9 billion, equivalent to approximately \$341 million. The analysis of policy local community-based agritourism from the focus group is shown in Table 2.

Table 2

Analysis of Policy Local Community-Based Agritourism

Administrators of Agritourism In Taiwan Answer	Policy Local Community-Based Agritourism									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1. Regularizing and upgrading the recreational farm industry	√	√	√	√		√		√		√
2. Developing experiential niche agricultural activities	√		√		√	√		√	√	
3. Marketing agritourism to for tourists abroad	√	√	√		√	√			√	
4. Increasing tourist numbers to local areas	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
5. Providing subsidies to support agribusiness enterprises.	√		√	√		√	√		√	√

The Role of Agritourism in Rural Development

Agritourism has been recognized as an essential pillar of alternative agriculture. Furthermore, it has been linked to values and strategies that promote sustainable development, including value-added production, the direct marketing of agricultural products, and assistance for small producers and rural development (Holland et al., 2022; Joo et al., 2013; Leelapattana & Thongma, 2022). Numerous justifications exist for farmers implementing agritourism, as documented in the literature. The factors mentioned earlier comprise the following: 1. heightened endorsement of environmentally friendly and sustainable development endeavours (Pratt et al., 2022), 2. the imperative for farmers to achieve more excellent stability and diversification (McGehee and Kim (2004), an increased aspiration to bolster employment opportunities and revenue inflows into local economies to support rural communities. Existing literature has demonstrated that agritourism has effectively addressed a number of the difficulties encountered by small-scale producers. The objectives above encompass enhancing the financial viability of small farms (Schilling et al. (2012), augmenting the household incomes of farmers, safeguarding ethno-culinary heritage, and advancing sustainability.

Agriculture in East Asian nations (specifically, Japan, South Korea, Taiwan, and China) presents distinct challenges and attributes compared to Western countries. Small family farms and smallholders frequently dominate agriculture in these nations; farms often span between one and three hectares, as in Japan (COA completes amendments to “regulations for the guidance and administration of recreational agriculture” to help legalize recreational farms, 2006; USDA, 2020). These nations also encounter comparable challenges, including the diminishing significance of agriculture in the domestic economy, labour constraints caused by rural emigration, and the aging population (Puchala & Staveley, 2019). Nevertheless, these challenges have been brought about both directly and indirectly by increased industrialization and urbanization. Paradoxically, these developments have also created novel prospects in agritourism. Much of the agritourism market in East Asian nations consists of highly urbanized populations. East Asian policymakers are becoming more cognizant of the potential of agritourism to revitalize farmers’ incomes and support agriculture (Awan et al., 2016; Chang, 2011; Hiramatsu, 2023)

Although Taiwan hosts limited commercial agritourism enterprises, the modest family farm remains the prevailing farm model nationwide. On average, a family farm spans an area of 1-2 ha (COA completes amendments to “regulations for the guidance and administration of recreational agriculture” to help legalize recreational farms, 2006). Family

farms in Taiwan encounter distinctive obstacles that necessitate the formulation of approaches to enhance income diversification and foster interest in the agricultural vocation among future generations. Taiwan's policymakers have recognized the potential of agritourism as a means to address these challenges.

Agritourism as a Preferred Tourism Model in the Post-COVID-19 Period

According to the Global Web Index on GlobalWebIndex (2020), more than forty per cent of the world's population remains optimistic that they will travel within the next six months in the post-COVID-19 era, despite the worldwide tourism industry crisis. Although tourists are highly motivated to utilize tourism services, they are incredibly cautious about tourism models that do not prioritize their health and safety (Williams & Baláz, 2013). Present-day travellers wishing to embark on journeys after COVID-19 exercise extreme caution regarding their and their family's health. Consequently, they would support a tourism paradigm that mitigates the risk of contracting the coronavirus.

Many tourists are now more interested in domestic travel to prevent the spread of the coronavirus and infection. This is due to the widespread belief among the general public that international travel has been the primary cause of the coronavirus outbreak. There has been a significant increase in public interest regarding domestic goods and services, including individuals seeking to travel for educational, recreational, and leisure purposes (Wojcieszak-Zbierska et al., 2020). Many individuals who have indicated a desire to travel in the aftermath of the COVID-19 pandemic have endorsed agritourism as a model of domestic tourism that mitigates the likelihood of contracting the virus (Gössling et al., 2021).

Agritourism frequently mandates a restricted number of visitors within a specified period. Thus, the potential for coronavirus infection, often amplified in communal settings, is circumvented. Additionally, agritourism exclusively depends on locally produced agricultural goods, which are more likely to attract visitors than imported products designated as coronavirus-infected. Agritourism-providing organic farms feature these regionally sourced goods (Srisomyong, 2010). According to a study conducted in Italy by Rusciano et al. (2020), traveller preferences have shifted towards procuring more affordable fresh agricultural produce compared to what is available in supermarkets. Agritourism is a secure tourism model with a reduced likelihood of contracting coronavirus due to its uncomplicated operations and domestication attributes (Wojcieszak-Zbierska et al., 2020).

As a form of domestic travel, agritourism is predominately supported by individuals who are not inherently restricted from doing so due to the widespread relaxation of local

restrictions on a global scale. Domestic travellers' apprehension regarding coronavirus infection is significantly diminished or entirely eradicated, according to Schaal and Matthews (2020), because agritourism facilities are sometimes accessible from their backyards. Consequently, excursions would not invariably require visitors to undertake extensive journeys and circumvent engagements with sizable communities.

Furthermore, visits to agritourism destinations can be completed in a single day, eliminating the need to make lodging arrangements and restricting the duration of stay (Gil Arroyo et al., 2013). This approach is thought to mitigate the potential for contracting the coronavirus. In addition to being a sustainable method of promoting local agricultural services and production that generates substantial revenue, the localization of agritourism serves as an economic recovery strategy for rural communities experiencing economic decline. Domestic visitors to agritourism facilities in Finland (Gössling et al., 2021 Wojcieszak-Zbierska et al., 2020) are more inclined to partake in brief excursions due to the minimal health hazards involved. This increasing interest in agritourism in the years following COVID-19 indicates the future of tourism provisions in nations.

Agritourism Development in the Post-COVID-19 Period: Challenges and Solutions

Both domestic and international visitors continue to harbour concerns regarding potentially acquiring contagious illnesses (Williams & Baláz, 2013). Despite the considerable attention garnered by agritourism in the aftermath of the COVID-19 pandemic, apprehensions regarding health and safety remain prevalent on agricultural properties where agritourism endeavours are implemented. Agritourism frequently facilitates increased human-wildlife and livestock-animal contact, a circumstance that may contribute to the transmission of the coronavirus disease (Wu et al., 2017). Due to the high risk of disease transmission associated with tourism, all tourism activities necessitate extreme vigilance (Hon, 2013; Nicola et al., 2020).

Agriculture food production has historically significantly transmitted COVID-19, SARS, and MERS (Labonte et al., 2011). Hence, effective strategizing for agritourism after the COVID-19 pandemic is critical

For its sustained viability and prosperity, notwithstanding encouraging empirical evidence of tourist preference. Initially, it is the responsibility of agricultural entrepreneurs and producers overseeing agritourism centres to ensure strict adherence to safety and health protocols. For instance, it is a proven fact that the proliferation of any contagious illness is accelerated in areas frequented by sizable gatherings. In most agritourism establishments,

inadequate service delivery is a common consequence of high visitor numbers (Srisomyong, 2010).

Daily visitor cutoff times must be established and rigorously observed to rectify this circumstance. Prior reservations are required for visits to agritourism sites to ensure the necessary arrangements are in place to deliver high-quality services to guests. Eshun and Tettey (2014) recommend that farmers and administrators of agritourism be provided with sufficient training to address safety and health concerns to instill confidence in visitors and eliminate the risk of contracting infectious diseases. It is imperative that hand-sanitizing supplies and equipment, including thermometer firearms, be conveniently located at the entrances of the agritourism facility. It is essential to disinfect the entire agritourism centre daily by placing hand sanitizers and hand-washing stations at strategic locations within the centre at brief intervals.

Also, proper social distancing protocols must be followed to prevent the coronavirus's spread and/or outbreak. Meals meticulously prepared and cooked in a sanitary environment must be served at agritourism sites. Utilizing locally cultivated agricultural products is advisable in the execution of all traditional culinary procedures, while visitors and service providers are required to don facial shields consistently. Displaying a sanitary and epidemiological safety certificate obtained from the Food and Drugs Authority under the Ministry of Health Wojcieszak-Zbierska et al. (2020) visitor would instil confidence and reassurance that the agritourism establishment has completed all stringent health and sanitation evaluations.

Agritourism Policies in Taiwan

To execute its rural revitalization initiative, the Taiwan government has enacted several policies. The policies mentioned above pertain to the following goals: 1) standardization and enhancement of the leisure farm sector; 2) promotion of experiential niche agriculture activities; 3) distribution of agritourism information to international tourists; 4) augmentation of tourist influx to domestic regions; and 5) provision of subsidies to bolster agribusiness enterprises. The initiatives included in Table 5 are those implemented by the COA as part of its most recent rural revitalization strategy. To promote agritourism in Taiwan, the organization has given precedence to marketing, public relations, and the establishment of several hundred rural social enterprises.

Policymakers in Taiwan have incorporated agritourism as a critical component of their initiatives to revitalize rural areas. The National Development Council (NDC) of Taiwan intends

to enact land use regulations for tourism. At present, the ability of farmers and indigenous villages to engage in the marketing and sale of excursions is prohibited, a regulation that “restricts their development”. At this time, the NDC is engaged in deliberations regarding the amendment of this legislation. Furthermore, “Tourism 2020-Taiwan’s Sustainable Tourism Development Strategy-Program for Building an Experiential Tourism Environment” is one of the agritourism-related revitalization initiatives.

Tourism 2020 aims to leverage the increasing significance of digitalization, localization, and globalization in the tourism industry. The primary destinations it caters to are local and regional tourism markets, encompassing Australia, Vietnam, Taiwan, India, Indonesia, Japan, the Philippines, and Thailand. The approach aims to foster intelligent tourism, encourage experiential tourism, broaden and diversify market presence, and enhance domestic tourism. The motif of localization is well-suited to facilitate rural revitalization due to its reliance on the indigenous communities’ resources and culture. Given the critical nature of agriculture for these rural communities, agritourism seems like a viable strategy to mitigate the challenges currently confronting Taiwan’s rural regions.

Table 3

A List of Policies Implemented by the Council of Agriculture (COA) for Local Community-Based Agritourism

Objectives	Policies Implemented by the COA
Regularizing and upgrading the recreational farm industry	1. Awarded licenses to 486 leisure farms by the end of 2020 2. Designated 96 “recreational agriculture areas” 3. Implemented a system to evaluate and score leisure farms
Developing experiential niche agricultural activities	1. Guided the establishment of 114 Tian Mama’s cuisine units to link tourism to the local food industry 2. Selected 30 rural souvenir and special agricultural products to differentiate and “localize” agro-tourism destinations. 3. Created 69 themed travel itineraries (e.g., seafood, flowers, rural kitchen, etc.)

Table 3 (Cont.)

Objectives	Policies Implemented by the COA
Developing experiential niche agricultural activities	4. Developed “fruit travel” tours that coordinated tourist trips with locales famous for certain fruits when in season
Marketing agritourism to tourists abroad	1. Provided modern websites in multiple languages (English, Chinese, and Japanese) to promote agritourism (ezgo.coa.gov.tw) 2. Targeted New Southbound Policy partner countries, such as Malaysia, the Philippines, Singapore, etc. 3. Catering to the taste, food, and cultural requirements of Muslim visitors
Increasing tourist numbers to local areas	1. Marketed agritourism destinations to locals and foreigners (27.8 million tourist journeys to rural leisure areas). 2. Promoted 283 ticket packages for independent travelers
Providing subsidies to support agribusiness enterprises	80 firms received NT\$104 to 127 million in investment as of 2017

Conclusion

The objective of this study was to conduct a comprehensive review of the empirical and theoretical literature concerning agritourism to determine whether it could be recommended as a secure and capable domestic tourism model that can stimulate the economies of rural communities during the phase following COVID-19 when countries are gradually easing restrictions on human mobility. The research results validate that agritourism is the favoured tourism framework during this period of the coronavirus pandemic because of its focus on locally produced goods, adherence to domestic attributes, and limited visitor influx.

The research has demonstrated the considerable advantages that agritourism offers in bolstering rural economies, fostering the growth of local craft industries, safeguarding the esteemed cultural heritage of rural communities, and engaging young people in agricultural production. Nevertheless, to ensure the continued success of agritourism as a viable source of

income for rural communities, all COVID-19 safety protocols must be consistently followed. Each country's Ministry of Food and Agriculture is responsible for supporting producers and providing them with the necessary training to manage agritourism establishments effectively. Although establishing agritourism facilities does not entail significant operating expenses, many rural farmers who own such establishments are indigent and would necessitate financial assistance to commence operations. Governments must provide rural producers with such support via entrepreneurship assistance programs and initiatives. Without delay, the Ministry of Foods and Agriculture must establish community engagement committees for agritourism development. These committees should provide technical support, training, and mentoring to farmers interested in converting their agricultural properties into agritourism establishments. Such assistance is crucial for farmers to qualify for and apply for entrepreneurship assistance programmed. Implementing these initiatives would assist rural farmers in understanding the sustainable and innovative methods of establishing agritourism centres on their farms to recover from the financial devastation brought about by the COVID-19 pandemic.

Further Studies

this study provides key insights into the strategic management of agritourism in Taiwan, further research is needed to enhance industry sustainability. Future studies could focus on comparative analyses with other regions, quantitative economic impact assessments, and long-term evaluations of post-pandemic recovery. Additionally, exploring the role of technology, evolving consumer preferences, policy frameworks, and sustainability initiatives will be crucial. Research on crisis management strategies can also strengthen agritourism's resilience against future disruptions. These areas will contribute to the continued growth and strategic development of agritourism.

References

- Awan, S. A., Saeed, F. A., & Zhuang, P. (2016). The prospects of agritourism development in China. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 7(5), 8-13.
<https://core.ac.uk/reader/234647420>
- Bhatta, K., & Ohe, Y. (2020). A review of quantitative studies in agritourism: The implications for developing countries. *Tourism and Hospitality*, 1, 23-40.
<https://doi.org/10.3390/tourhosp1010003>
- Chang, J. C. (2011). *The role of tourism in sustainable rural development: A multiple case study in rural Taiwan* [Doctoral dissertation, University of Birmingham]. UBIRA E THESIS. <http://etheses.bham.ac.uk/id/eprint/1629>
- COA completes amendments to “regulations for the guidance and administration of recreational agriculture” to help legalize recreational farms. (2006). Ministry of Agriculture. https://eng.moa.gov.tw/theme_data.php?theme=eng_news&id=88
- Eshun, G., & Tettey, C. (2014). Agrotourism development in Ghana: A study of its prospects and challenges at Adjeikrom Cocoa Tour Facility. In D. Szymańska & S. Środa-Murawska (Eds.), *Bulletin of geography. socio-economic series*, No. 25 (pp. 81–99). Nicolaus Copernicus University Press. <http://dx.doi.org/10.2478/bog-2014-0031>
- Gil Arroyo, C., Barbieri, C., & Rozier Rich, S. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders’ perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, 37, 39–47. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.12.007>
- Globalwebindex. (2020). *GWI Coronavirus Research April 2020: Multi-market research wave 2*. <https://brand-news.it/wp-content/uploads/2020/04/GWI-coronavirus-findings-April-2020-Multi-Market-Research.pdf>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hiramatsu, T. (2023). Increase in inbound tourists and long-term decline of rural economy in Japan: A multi-regional computable general equilibrium analysis. *Review of Regional Studies*, 53(1), 100-125. <https://doi.org/10.52324/001c.74890>
- Holland, R., Khanal, A. R., & Dhungana, P. (2022). Agritourism as an alternative on-farm enterprise for small us farms: Examining factors influencing the agritourism decisions of small farms. *Sustainability*, 14(7), Article 4055. <https://doi.org/10.3390/su14074055>

- Hon, K. L. (2013). Severe respiratory syndromes: Travel history matters. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 11(5), 285–287. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2013.06.005>
- Hsieh, C. M., & Antoine, M. (2023). *The role of agritourism in Taiwan's rural revitalization strategy*. FFTC Agricultural Policy Platform (FFTC-AP). <https://ap.fftc.org.tw/article/3437>
- Joo, H., Khanal, A. R., & Mishra, A. K. (2013). *Farmer's participation in agritourism: Does it affect the bottom line?* *Agricultural and Resources Economics Review*, 42(3), 471–490. <https://doi.org/10.1017/S1068280500004949>
- Kasim, A. (2007). Towards a wider adoption of environmental responsibility in the hotel sector. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(2), 25–49, https://doi.org/10.1300/J149v08n02_02
- Krueger, R. A. (1994). *Focus groups: A practical guide for applied research* (2nd ed.). Sage.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage.
- Kuo, C. M., Wang, C. H., Tseng, C. Y., & Lo, Y. C. (2024). Exploring sustainable leisure farm with Intelligent of Things (IoT) technology solution for aging. *Sustainability*, 16(15), Article 6311. <https://doi.org/10.3390/su16156311>
- Labonte, R., Mohindra, K., & Schrecker, T. (2011). The growing impact of globalization for health and public health practice. *Annual Review of Public Health*, 32(1), 263–283. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-031210-101225>
- Leelapattana, W., & Thongma, W. (2022). Organic agritourism development in Chiang Mai Province. *Suthiparithat Journal*, 36(2), 35–61. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/258980>
- Liang, A. R. D., Hsiao, T. Y., Chen, D. J., & Lin, J. H. (2021). Agritourism: Experience design, activities, and revisit intention. *Tourism Review*, 76(5), 1181–1196. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2019-0438>
- Lin, M., Li, F. Y., & Ji, Z. (2020). How to innovate the service design of leisure farms: The innovation of sustainable business models. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 45. <https://doi.org/10.3390/joit-mc6030045>
- McGehee, N. G., & Kim, K. (2004). Motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, 43(2), 161–170. <https://doi.org/10.1177/0047287504268245>

- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.04.018>
- Ornin, T. (2024). Post-development values in alternative agriculture-based community development: The case studies of 3 alternative agriculture communities in Srisaket Province. *Journal of Social Work and Social Administration*, 32(2), 1–42. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/swjournal/article/view/270252>
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Pratt, S., Magbalot—Fernandez, A., & Ohe, Y. (2022). Motivations and constraints of developing agritourism under the challenges of climate change: The case of Samoa. *International Journal of Tourism Research*, 24(4), 610–622. <https://doi.org/10.1002/jtr.2525>
- Puchala, D. J., & Staveley, J. (2019). The political economy of Taiwanese agricultural development. In *Food, politics, and agricultural development* (pp. 107–131). Routledge.
- Rusciano, V., Civero, G., & Scarpato, D. (2020). Social and ecological high influential factors in community gardens innovation: An empirical survey in Italy. *Sustainability*, 12(11), Article 4651. <https://doi.org/10.3390/su12114651>
- Schaal, D., & Matthews, K. (2020, June 30). *Travel brand storytelling needs to be more local to meet this moment*. Kkift. <https://skift.com/2020/06/30/travel-brand-storytelling-needs-to-be-more-local-to-meet-this-moment/>
- Schilling, B. J., Sullivan, K. P., & Komar, S. J. (2012). Examining the economic benefits of agritourism: The case of New Jersey. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 3(1), 199–214. <http://dx.doi.org/10.5304/jafscd.2012.031.011>
- Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997). *Rural tourism: An introduction*. International Thompson Business Press.
- Srisomyong, N. (2010). *Agritourism, rural development and related policy initiatives in Thailand* [Doctoral dissertation, Sheffield Hallam University]. Sheffield Hallam University Research Archive. <http://shura.shu.ac.uk/20397/>
- Stewart, D. W., & Shamdasani, P. N. (1990). *Focus groups: Theory and practice*. *Applied social research methods series*. Sage.

- Stewart, D. W., Shamdasani, P. N., & Rook, D. W. (2007). *Focus groups: Theory and practice* (2nd ed.). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781412991841>
- United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service. (2020). *Number of women farmers in Japan continues to decline*. Author.
- Williams, A. M., & Baláz, V. (2013). Tourism, risk tolerance and competences: Travel organization and tourism hazards. *Tourism Management*, 35, 209–221. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.tourman.2012.07.006>
- Wojcieszak-Zbierska, M. M., Jęczyk, A., Zawadka, J., & Uglis, J. (2020). Agritourism in the era of the Coronavirus (COVID-19): A rapid assessment from Poland. *Agriculture*, 10(9), 397. <https://doi.org/10.3390/agriculture10090397>
- Woods, M. (2006). *Rural geography: Processes, responses and experiences in rural space*. Sage.
- Wu, T., Perrings, C., Kinzig, A., Collins, J. P., Minter, B. A., & Daszak, P. (2017). Economic growth, urbanization, globalization, and the risks of emerging infectious diseases in China: A review. *Ambio*, 46(1), 18–29. <https://doi.org/10.1007/s13280-016-0809-2>
- Yepez, C., & Leimgruber, W. (2024). The evolving landscape of tourism, travel, and global trade since the COVID-19 pandemic. *Research in Globalization*, 8, Article 100207. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2024.100207>

การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าและการลงทุน ข้ามเขตแดนจากไทยสู่จีน

The logistics and supply chain development of cross-border trading and investment from Thailand to China

Received: February 1, 2025

Revised: March 29, 2025

Accepted: March 31, 2025

วัชร วัฒนารวี*

Watchara Watanarawee*

ไพโรจน์ ด้วนนคร**

Pairoj Duangnakorn**

ขวัญเรือน สินณรงค์***

Kwanruen Sinnarong***

*, **, ***คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*, **, ***Faculty of Industrial Technology, Chiang Rai Rajabhat University

*Email: Watchara.wat@crru.ac.th

**Email: Pairoj.dua@crru.ac.th

***Email: Kwanreun.sin@crru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มุ่งศึกษาศักยภาพการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าและการลงทุนข้ามเขตแดนจากไทยสู่จีน รวมถึงการวิเคราะห์โอกาสทางการค้าและการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 82 คน ในไทย เมียนมา ลาว และจีนตอนใต้ พร้อมสนทนากลุ่มเพิ่มเติม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ไทยมีข้อได้เปรียบด้านทำเลยุทธศาสตร์ที่เอียงราย การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และข้อตกลงการค้าที่ลดภาษี เมียนมามีแหล่งวัตถุดิบสำคัญ แต่เผชิญปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมืองและเศรษฐกิจ ขณะที่ลาวมีโครงสร้างพื้นฐานที่กำลังพัฒนาแต่ยังขาดความสามารถในการบริหารจัดการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเป็นสิ่งสำคัญ โครงการ Belt and Road Initiative ของจีนและการพัฒนาเส้นทาง R3 จะช่วยลดต้นทุนโลจิสติกส์ เพิ่มโอกาสการส่งออกสินค้าเกษตรจากไทย รวมถึงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเพื่อใช้แรงงานราคาถูกและสิทธิประโยชน์ทางภาษี แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์ควรเน้นการปฏิรูปกฎระเบียบ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การฝึกอบรมบุคลากร และการสร้างความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเสริมศักยภาพการแข่งขันของภูมิภาคอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การค้าและการลงทุนข้ามเขตแดน เส้นทาง R3

Abstract

This qualitative study investigates the competitive potential of cross-border logistics and supply chains from Thailand to China, alongside an analysis of trade opportunities and the development of logistics and supply chain systems. Data were collected through interviews with 82 informants from Thailand, Myanmar, Laos, and southern China, supplemented by focus group discussions, and analyzed using content analysis. The findings reveal that Thailand holds strategic advantages, including its geographical location in Chiang Rai near the borders of China and Myanmar, efficient management systems, and trade agreements that lower tariffs. Myanmar possesses abundant natural resources but faces political and economic instability, while Laos benefits from developing infrastructure and a strategic location but lacks management capabilities. Enhancing competitiveness in the region necessitates infrastructure development and continuous public-private collaboration. Trade and investment opportunities are further supported by China's Belt and Road Initiative and improvements to the R3 route, which enhance transportation efficiency, reduce logistics costs, and enable the export of high-value agricultural products from Thailand to China. Moreover, the development of border special economic zones can leverage low-cost labor and tax incentives. Recommended strategies for logistics development include regulatory reform, the adoption of digital technologies, workforce training, and fostering multi-

stakeholder collaboration. These measures are essential for improving efficiency, reducing costs, and strengthening the region's competitiveness sustainably.

Keywords: Logistics and Supply Chain, Cross-Border Trading and Investment, Route R3

บทนำ

ประเทศไทยมีรายได้หลักจากการท่องเที่ยวและการค้าระหว่างประเทศเป็นรายได้หลัก วิกฤติการณ์ของ COVID-19 จึงส่งผลกระทบต่อรายได้ และเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยตรง จากข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของไทยก่อนมีการปิดประเทศ พบว่าได้ติดต่อกับค้าขายกับประเทศต่าง ๆ ในโลกเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดมา (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2568) และมีแนวโน้มระยะยาวที่จะเพิ่มขึ้นต่อไป โดยเมื่อเทียบกับ GDP ของประเทศแล้ว มูลค่าการส่งออกก็อยู่ในสัดส่วนประมาณ 60-70% ของ GDP ซึ่งถือเป็นรายได้หลักของภาคเอกชนในประเทศไทย ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงปลายทางของสินค้าส่งออก จะเห็นว่าปลายทางของสินค้าส่งออกของประเทศไทยในกลุ่มอาเซียนก็มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นตามระยะเวลาที่ผ่านมาด้วยเช่นกัน โดยประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งอยู่บริเวณศูนย์กลางของกลุ่มประเทศอาเซียนที่อยู่บนชายฝั่งทั้งหมด อีกทั้งมีอาณาเขตชายแดนของประเทศที่ติดกับประเทศในกลุ่มอาเซียนมากที่สุดคือ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ มีจังหวัดชายแดนที่ติดประเทศเพื่อนบ้าน 31 จังหวัด 128 อำเภอ มีจุดผ่านแดนทั้งสิ้น 93 แห่ง (กรมการค้าต่างประเทศ, 2555) ด้วยเหตุดังกล่าวส่งผลให้ประเทศไทยมีการค้าขายตามแนวชายแดน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการค้าระหว่างประเทศกับประเทศเพื่อนบ้านโดยรอบอยู่เป็นจำนวนมาก เมื่อพิจารณามูลค่าการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศแล้ว มีมูลค่าการค้ารวม 1,001,240.52 ล้านบาท โดยการค้าชายแดนด้านมาเลเซีย มีมูลค่าการค้าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งถึง 485,758.96 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.52 ของมูลค่าการค้าชายแดนรวม รองลงมาได้แก่ เมียนมา มูลค่า 214,694.38 ล้านบาท สปป. ลาวมูลค่า 176,474.54 ล้านบาท และกัมพูชา มูลค่า 124,312.64 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.44, 17.63 และ 12.42 ตามลำดับ (กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2565)

นอกจากการค้าชายแดนตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ประเทศไทยยังสามารถติดต่อกับค้าขายกับสาธารณรัฐประชาชนจีนได้โดยผ่านทางแม่น้ำโขง ซึ่งมีต้นน้ำอยู่ในเขตสาธารณรัฐประชาชนจีน ไหลผ่านสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มาถึงประเทศไทยที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ทั้งยังมีเส้นทางถนนตามโครงการระเบียงเศรษฐกิจเหนือใต้ (North-South Economic Corridor: NSEC) ของกลุ่มประเทศความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง จำนวน 6 ประเทศ หรือ 6 เหลี่ยมเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ไทย เมียนมา ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้ (มณฑลยูนนาน) ในขณะเดียวกัน นโยบายการเปิดการค้าระหว่างประเทศของจีนที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด คือ BRI (Belt and Road Initiative) (Oberhauser, 2024) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์เส้นทางสายไหมใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อความสะดวกเชื่อมโยงทางด้านคมนาคม ด้านโลจิสติกส์ สร้างความมั่นคงในเส้นทางการค้าทั้งทางบก และทางทะเล และเป็นกรอบการทำงานที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับพหุภาคีของจีน ที่ได้สร้างโอกาสให้กับประเทศไทยโดยการเกื้อกูลและสร้างประโยชน์ร่วมกันทางเศรษฐกิจ จากการยกระดับความร่วมมือระหว่างไทย-จีน เนื่องจากประเทศไทยมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่มีความเหมาะสมในการเป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียนและกับจีน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศไทย และยุทธศาสตร์

ระดับจังหวัดของเชียงรายที่จะเป็นประตูการค้าเชื่อมโยงไทย เมียนมา ลาว และจีนเข้าด้วยกัน (กนกวรรณ บุญเดช, 2562)

นอกจากนี้ ประเทศจีนยังมียุทธศาสตร์สำคัญที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยโดยตรงอีกประการหนึ่ง คือ กรอบความร่วมมือล้านช้าง-แม่โขง (Lancang-Mekong Cooperation : LMC) อันประกอบด้วยสมาชิก 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย จีน ลาว เมียนมา เวียดนาม และกัมพูชา) ซึ่ง LMC นี้ยังสามารถเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ BRI อันเป็นยุทธศาสตร์หลักของประเทศจีนได้อีกด้วย อันจะส่งผลต่อการเชื่อมโยงการค้า การลงทุน และ โลจิสติกส์ไปสู่กลุ่มประเทศยุโรปในที่สุด โดยการค้าเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ รวมทั้ง การท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การค้าจึงมี บทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นกลไกที่ช่วยกระจายสินค้าและบริการไปยังตลาดเป้าหมาย เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับประเทศและระดับโลก (Calero & Turner, 2020; Kotler et al., 2016) ในขณะที่การลงทุน หมายถึง การจัดสรรทรัพยากร เพื่อหวังผลตอบแทนในอนาคต (Guo et al., 2021; Mishkin & Eakins, 2019) ซึ่งการค้าและการลงทุนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด การลงทุนใน โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ท่าเรือ และระบบโลจิสติกส์ช่วยลดต้นทุนการค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง สินค้า (Giroud & Ivarsson, 2020) และการค้าที่เติบโตช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มความต้องการสินค้า และบริการ ซึ่งนำไปสู่การลงทุนในภาคการผลิต การค้าส่งค้าปลีก และโครงสร้างพื้นฐาน (วุฒิยา สาหร่าย ทอง, 2562) ดังนั้นการทราบถึงศักยภาพการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุน โลจิสติกส์ในกลุ่มแม่โขง-ล้านช้าง จากไทยสู่จีน (ยูนนาน) จึงเป็นเหมือนจุดเริ่มต้นที่จะสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ตลอดจนโลจิสติกส์ให้เกิดขึ้น และพัฒนาร่วมกันอย่างยั่งยืนได้ (Po & Primiano, 2021)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมียุทธศาสตร์ที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจการค้าชายแดนอยู่ทั้งในระดับ มหภาคและระดับท้องถิ่น ตลอดจนมีนโยบายของต่างประเทศสนับสนุนอยู่อย่างมากมายก็ตาม สิ่งที่สำคัญ ที่สุดในกิจกรรมภายหลังทุกประเทศได้ระงับกิจกรรมทางการค้าระหว่างประเทศไปเป็นระยะเวลา รวม 3 ปี ในขณะที่การพัฒนาของเทคโนโลยีที่ก็เป็นไปอย่างก้าวกระโดด คือ เมื่อประเทศต่าง ๆ ได้กลับมาค้าขายลงทุน ในระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศแล้ว บนเส้นทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทย เมียนมา ลาว ไปสู่ประเทศ จีน มีการเปลี่ยนแปลงในความต้องการการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาในสมรรถนะของระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อการค้าและการลงทุนข้ามแดน โดยมุ่งศึกษา ถึงศักยภาพในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าและการลงทุนข้ามเขตแดนของแต่ละประเทศ บนเส้นทาง เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงโอกาสทางการค้าและการลงทุนของการค้าข้ามแดน ตลอดจนพัฒนาระบบ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าและการลงทุนข้ามเขตแดน ประเทศไทยจากไทยสู่จีนเพื่อเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นที่มาของการวิจัยครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาศักยภาพในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าและการลงทุนข้ามเขตแดนของ แต่ละประเทศบนเส้นทางจากไทยสู่จีน
2. วิเคราะห์โอกาสทางการค้าและการลงทุนของการค้าข้ามแดนของระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน จากไทยสู่จีน (ยูนนาน)
3. พัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าและการลงทุนข้ามเขตแดน จากไทยสู่จีน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีตัวแบบเพชร (Diamond Model) ของ Porter (1990) เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันของแต่ละประเทศ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักที่เชื่อมโยงกันและส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านการผลิต (Factor Condition) หมายถึง ความชำนาญของแรงงานหรือสาธารณูปโภคที่จำเป็น เช่น ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรกายภาพ ทรัพยากรความรู้ ทรัพยากรทุน และโครงสร้างพื้นฐาน 2. ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการของตลาด (Demand Condition) หมายถึง เงื่อนไขของอุปสงค์ภายในประเทศสำหรับสินค้าและบริการ ต้องพิจารณาโครงสร้างความต้องการของแต่ละภาคส่วน ขนาด ความคาดหวัง การเติบโต และการขยายตัวสู่ความต้องการในต่างประเทศ 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Relate & Support Industry) หมายถึง การเกิดขึ้นหรือการขาดแคลนเจ้าของปัจจัยการผลิตหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศ 4. กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) หมายถึง การจัดการและกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจที่เลือกใช้อย่างเหมาะสม ตลอดจนความสามารถในการพัฒนาธุรกิจส่งผลให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อทุกด้าน ได้แก่ บทบาทของภาครัฐ (The Role of Government) ซึ่งมีอิทธิพลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อศักยภาพการแข่งขันของประเทศ และบทบาทของโอกาส (Role of Chance) ที่หมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของธุรกิจและรัฐบาล

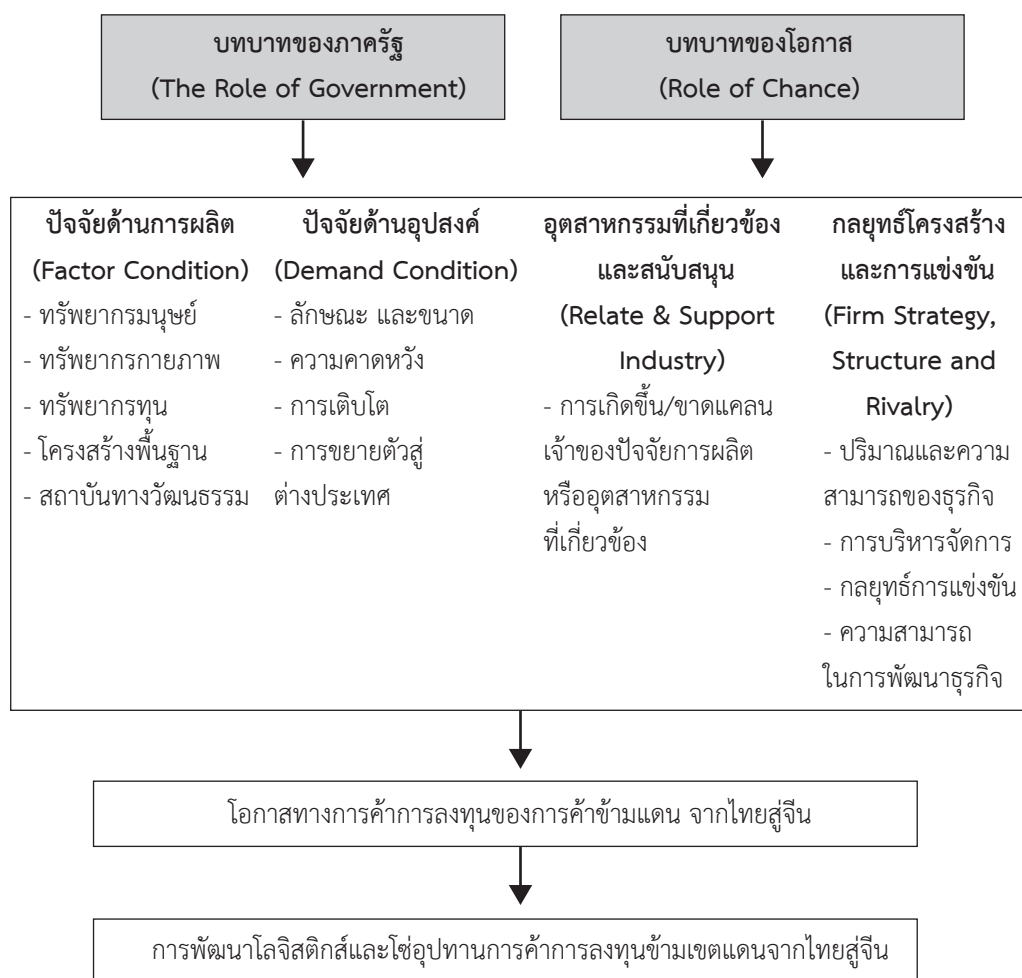
ตัวแบบเพชรนี้ช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ โดยองค์กรต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ที่เชื่อมโยงกันและส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันให้กับองค์กรและประเทศ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐไม่สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กรได้โดยตรง แต่การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่าง ๆ เป็นเครื่องมือเพิ่มศักยภาพให้แก่องค์กร ซึ่งจะเกิดประโยชน์มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับเลือกใช้ประโยชน์จากนโยบาย โครงการ หรือกิจกรรมที่เหมาะสมกับศักยภาพขององค์กร (Dzvinchuk et al., 2021)

ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง การที่องค์กรหนึ่งมีความได้เปรียบเหนือองค์กรอื่น ๆ ในตลาดหรืออุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นความได้เปรียบในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้านก็ได้ เช่น มีระบบการผลิตที่เหนือกว่า มีการบริการที่ดีกว่า หรือมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ซึ่งลักษณะสำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ 1. เป็นการเปรียบเทียบความสามารถขององค์กรหนึ่งกับองค์กรอื่น ๆ ในตลาดหรืออุตสาหกรรมเดียวกัน 2. สามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการ ทำให้มีความโดดเด่นและมีคุณค่าเหนือกว่าคู่แข่ง (Differentiation) หรือสามารถผลิตสินค้าหรือบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า (Cost Leadership) 3. ความได้เปรียบที่สำคัญคือการที่ลูกค้ารับรู้ว่ามีคุณค่าเหนือกว่าคู่แข่ง

4. ในตลาดหนึ่ง ๆ อาจมีหลายองค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่อยู่ในระดับที่ต่างกัน ส่วนความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่เหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถรักษาความได้เปรียบนั้นไว้ได้ในระยะยาว ซึ่งจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ แต่ไม่ได้หมายความว่าความได้เปรียบจะยั่งยืนตลอดไป สรุปได้ว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การที่องค์กรมีความสามารถเหนือกว่าคู่แข่งในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะด้วยการสร้างความแตกต่าง หรือการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ซึ่งหากสามารถรักษาความได้เปรียบนี้ไว้ได้ในระยะยาว ก็จะกลายเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน นำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Farida & Setiawan, 2022) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและได้นำมาเรียบเรียงเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ มีจำนวนผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) จาก 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักลงทุน เจ้าหน้าที่/ผู้บริหารหน่วยงานด้านโลจิสติกส์และการค้าชายแดน ที่อยู่บนเส้นทางระหว่างประเทศไทยภาคเหนือตอนบนและลำน้ำโขง ระหว่างเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน กับจังหวัดเชียงรายประเทศไทย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศละ 20 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามวิจารณ์ญาณของนักวิจัยในแต่ละประเทศ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะออกเก็บข้อมูลบางส่วนในต่างประเทศ ในกรณีที่เป็น ผู้ประกอบการ นักลงทุน เจ้าหน้าที่/ผู้บริหารหน่วยงานที่เป็นคนไทยด้วย

กลุ่มที่ 2 สำหรับในประเทศไทย ผู้วิจัยได้เข้าผู้สัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ประกอบการ นักลงทุน เจ้าหน้าที่/ผู้บริหารหน่วยงานด้านโลจิสติกส์และการค้าชายแดน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

จำนวนผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) ในแต่ละกลุ่มและแต่ละประเทศ

อาชีพ/กลุ่ม ประเทศ	กลุ่มที่ 1			กลุ่มที่ 2
	ลาว	เมียนมา	จีน	ไทย
ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก	10	11	8	7
ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์	5	4	7	6
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3	2	3	4
นักวิชาการ	2	3	2	3
รวม	20	20	20	20

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์และการค้าชายแดน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตรวจสอบความเที่ยงตรงและตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยวิธีการตัดสินจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert Judgement) จำนวนอย่างน้อย 5 คน และจากการทดลองสัมภาษณ์เบื้องต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทุกขั้นตอน และนำมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษาโดยใช้หลักการวิเคราะห์ของ Krippendorff (2018) ที่มุ่งเน้นการตีความความหมายและบริบทของข้อมูล ตามเทคนิค

2. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ จะดำเนินการโดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ

2.2 วิเคราะห์เนื้อหาแต่ละเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผลอย่างไร ข้อมูลใดเป็นเหตุ ข้อมูลใดเป็นผล

2.3 วิเคราะห์โดยใช้พรรณนาตรรกะ โดยแยกแต่ละประเด็นให้ชัดเจน

2.4 ตีความในแต่ละประเด็นว่าหมายถึงอะไร มีเหตุและผลอย่างไร

2.5 เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วอุปนัยไปยังประชากรที่ลักษณะเหมือนกัน

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในด้านศักยภาพการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของแต่ละประเทศ พบว่า ประเทศไทย เมียนมา และลาวมีจุดแข็งและจุดอ่อนต่างกันในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานบนเส้นทางเชียงราย-ยูนนาน ในด้านการลงทุนประเทศไทยมีจุดแข็งในเรื่องทำเลที่ตั้งและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และมีนโยบายสนับสนุน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า “มีความพร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาค” และจากการวิจัยพบว่า ขณะนี้ทางจีนได้ลงทุนพัฒนาท่าเรือกวานเหล้อย่างมหาศาลทั้งเส้นทางทางการส่งสินค้าในประเทศ และระบบขนถ่ายลำเลียงบริเวณท่าเรือ เพื่อให้เป็นท่าเรือหลักในการขนส่งทางแม่น้ำโขงมายังประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยควรจะลงทุนพัฒนาท่าเรือเชียงแสนแห่งที่ 2 ให้พร้อมกับการรองรับทั้งปริมาณเรือ สินค้า และการบริหารจัดการ แต่ยังมีปัญหาเรื่องระบบราชการ โครงสร้างพื้นฐาน และคอร์รัปชัน อย่างไรก็ตาม ต้องระวังความท้าทาย เช่น ความไม่แน่นอนทางการเมือง โครงสร้างพื้นฐาน และการแข่งขัน การใช้ประโยชน์จากโอกาสเหล่านี้ต้องอาศัยการลงทุน การปรับปรุงกฎระเบียบ และความร่วมมือระหว่างประเทศ นอกจากนี้ การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษและการนำเข้าเทคโนโลยีการผลิตจากจีน จะช่วยเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมไทยและประเทศเพื่อนบ้าน อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้กฎระเบียบและการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานยังเป็นความท้าทายที่ต้องแก้ไขเพื่อการลงทุนต่อไป ส่วนเมียนมามีโอกาสทางการลงทุนมากมาย ทั้งยังมีแหล่งวัตถุดิบและทำเลที่เอื้อต่อธุรกิจโลจิสติกส์ แต่ปัญหาการเมืองและโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่พัฒนา และความปลอดภัยเป็นอุปสรรคสำคัญ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นถึงความกังวลในเรื่อง “สงครามภายในประเทศ” เป็นหลัก จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการลงทุนในเมียนมา ขณะที่ลาวมีทำเลที่ตั้งที่เชื่อมต่อประเทศต่าง ๆ และโครงสร้างพื้นฐานกำลังพัฒนา แต่ยังขาดความสามารถในการบริหารจัดการและกฎระเบียบที่เข้มงวด เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในภูมิภาค ดังที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวตรงกันว่า “ต้องการความช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยีจากประเทศเพื่อนบ้าน” และควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงขั้นตอนศุลกากร การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อแก้ไขปัญหาความล่าช้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องการการลงทุนจากต่างประเทศเป็นหลักเนื่องจากปัญหาด้านเศรษฐกิจของประเทศลาวเอง ทั้งนี้ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและการลงทุนในเส้นทางนี้ เช่น ถนน สะพาน และศูนย์กระจายสินค้าตามแนว R3 จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง โครงการ Belt and Road Initiative ของจีนจะช่วยเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานระหว่างประเทศ อันเป็นความเห็นที่ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ประเทศเห็นตรงกันถึง “ความสำคัญในการลงทุนบนเส้นทาง BRI” ในด้านศักยภาพในการค้า ประเทศไทยมีศักยภาพในการค้าจากสินค้าประเภทการเกษตร ทูเรียน ลำไย มังคุด และเนื้อสัตว์ที่เป็นที่ต้องการเป็นอย่างมากในจีนตอนใต้ นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทยางพารา ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเช่นกัน ในส่วนของลาวมีศักยภาพในการค้ากับประเทศจีน โดยได้รับสิทธิพิเศษหลายรูปแบบ แต่ปัญหาที่สำคัญ คือ ความสามารถในการผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของจีน เช่น การให้สิทธิ์นำเข้าควายได้ แต่ต้องเป็นควายที่มีน้ำหนักไม่น้อยกว่า 200 กิโลกรัม แต่ลาวไม่สามารถทำได้ จึงมีแค่สินค้าประเภท กล้วย ข้าว ยางพารา สินค้าเกษตรแปรรูป เท่านั้นที่สามารถค้าขายกับจีนได้ ส่วนเมียนมามีศักยภาพทางการค้าน้อยกว่าไทยและลาว เนื่องจากเส้นทาง R3B ที่ไม่สามารถส่งสินค้าเข้าไปยังจีนได้สะดวก แต่ยังมีสินค้าที่ขายให้กับประเทศไทยเป็นหลัก ได้แก่ สินค้าถั่ว งา ข้าวโพด ไม้แปรรูป อัญมณีและบางส่วนส่งผ่านไทยไปลาวและจีนต่อไป

จากผลในด้านศักยภาพของแต่ละประเทศตามที่ได้สรุปมาข้างต้น จึงนำมาสู่โอกาสในการการค้าและการลงทุน กล่าวคือ โอกาสในการลงทุนของประเทศไทยสามารถลงทุนเพิ่มในโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดเชียงรายประเทศไทยเอง เช่นท่าเรือ โครงการรถไฟทางคู่ การมีฐานะเศรษฐกิจที่ดีกว่าประเทศเมียนมาและลาว จะเพิ่มโอกาสในการลงทุนในทั้ง 2 ประเทศได้ แต่ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างประเทศทั้งในระดับรัฐ-รัฐ รัฐ-เอกชน และเอกชน-เอกชน จึงจะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น ส่วนประเทศลาว มีเส้นทาง R3A เป็นเส้นทางหลักในการขนส่งสินค้าระหว่างไทย-จีน แต่เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของลาวที่ยังมีปัญหาการลงทุนต้องอาศัยความร่วมมือจากต่างประเทศเป็นหลัก โดยทางลาวโดยภาครัฐจะเป็นผู้คอยสนับสนุนร่วมมือ และตัดสินใจในการลงทุน ในขณะที่ประเทศเมียนมานั้น มีทรัพยากรที่สามารถใช้ในการลงทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองเชียงตุงซึ่งเป็นเมืองหลักบนเส้นทาง R3B มีความพร้อมจากทั้งตัวนักลงทุนในเชียงตุงเอง และต้องการความร่วมมือในการลงทุนจากไทยด้วยเช่นกัน แต่ทั้งนี้ โอกาสในการลงทุนเหล่านี้ติดปัญหาการเมือง การสงครามในประเทศเมียนมา อันเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการลงทุน ในประเด็นโอกาสทางการค้า บนเส้นทางระหว่างเชียงรายและยูนนานนั้น เส้นทางเชียงราย-ยูนนาน มีโอกาสทางการค้าที่ดี เช่น โอกาสในการค้าสินค้าเกษตรที่สำคัญจำนวนมากที่เป็นที่ต้องการของจีน บนเส้นทางโครงการ BRI ที่รองรับการค้าระหว่างประเทศ และ “เส้นทาง BRI จะส่งผลดีต่อการค้าบนเส้นทาง R3 อย่างยิ่ง” โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะส่งผลดีต่อการค้าผลิตภัณฑ์เกษตรจากไทยสู่จีน นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีโอกาสสำคัญอีกประการคือ การขนส่งบนเส้นทางลำน้ำโขง จากลงทุนพัฒนาท่าเรือกวเหล่ของจีนดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น อันจะเป็นเส้นทางหลักในการค้าระหว่างประเทศไทย-จีนตอนใต้ บนเส้นทางแม่น้ำโขงซึ่งไหลผ่านเมียนมาและลาวมายังไทย จึงเป็นโอกาสทางการค้าร่วมของทั้ง 4 ประเทศ

สำหรับแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานระหว่างเชียงราย-ยูนนาน ต้องเน้นในด้านการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยปรับปรุงเส้นทาง R3 ให้ดี ทั้งนี้เป็นความเห็นที่สอดคล้องตรงกันกับผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ถึง “การปรับปรุงถนนเส้นทาง R3A และ R3B” การสร้างทางหลวงและการเชื่อมต่อเครือข่ายรถไฟข้ามประเทศ จะช่วยลดความแออัดและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การปฏิรูปกฎระเบียบเพื่อให้ขั้นตอนศุลกากรสอดคล้องกันจะช่วยลดความล่าช้าในการขนส่งระหว่างประเทศได้ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการติดตามและจัดการข้อมูลจะเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพ นอกจากนี้ “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยการฝึกอบรมบุคลากร” เป็นอีกประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการสร้างความตระหนักด้านความรับผิดชอบจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของภูมิภาค นอกจากนี้ การส่งเสริมการลงทุน บริการและสิทธิประโยชน์ทางภาษี จะเป็นการดึงดูดการลงทุนในผลิตภัณฑ์และบริการที่มีศักยภาพ ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า เช่น ผลิตภัณฑ์เกษตรและการท่องเที่ยว จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจจากการค้าตามแนวเส้นทาง R3 ได้ อย่างไรก็ตาม การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของระบบโลจิสติกส์ร่วมกัน ทั้งนี้ แนวทางสำคัญในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทยอีกประการ คือ การพัฒนาท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน แห่งที่ 2 ให้มีระบบขนถ่ายลำเลียงสินค้าเพื่อรองรับการขนส่งสินค้าจากจีนที่จะมาให้อีกไม่นานนี้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยในศักยภาพการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าและการลงทุนข้ามเขตแดนของประเทศไทย เมียนมา และลาว บนเส้นทางจากเชียงราย ประเทศไทยสู่มณฑลยูนนาน ประเทศจีนพบว่าทั้งสามประเทศมีจุดแข็งและจุดอ่อนที่แตกต่างกันไปสอดคล้องกับงานของ Chinwadee et al. (2024) และ Saisho (2022) โดยต่างเห็นตรงกันว่าทุกประเทศจะมีจุดแข็งจุดอ่อนที่ต่างกัน และต่างต้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศของตน โดยประเทศไทย มีจุดแข็งสำคัญ คือ ท่าเลที่ตั้งเชิงกลยุทธ์อันสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธงชัย ภูวนาวิจิตร และคณะ (2562) ทำให้สะดวกต่อการเข้าถึงตลาดสำคัญทางการท่องเที่ยวอันเป็นส่วนหนึ่งของการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญในภูมิภาคนี้ ในขณะที่สามารถประยุกต์ใช้กับสินค้าและบริการอื่น ๆ ได้เช่นกัน และประเทศไทยได้รับได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐที่ดี ดังที่ Hayakawa et al. (2015) ได้ทำการศึกษาไว้ทั้งนโยบายด้านการลงทุนและท่าเลที่ตั้งที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ Charoensukmongkol (2016) ในด้านปัญหาความไม่มีประสิทธิภาพของระบบราชการและการคอร์รัปชันที่ส่งผลต่อการลงทุนในด้านต่าง ๆ ได้ ส่วนจุดแข็งจุดอ่อนของประเทศเมียนมา (Bernhardt, 2017; Ferrarini, 2014; Raychaudhuri, 2017; Thein, 2008; Thein & Pick, 2009) โดยเฉพาะภาวะความขัดแย้งทางการเมือง สงครามในประเทศที่ส่งผลโดยตรงต่อการค้าและการลงทุน ในขณะเดียวกัน ผลการศึกษาของประเทศลาวที่มีจุดแข็ง ด้านโครงสร้างพื้นฐานที่กำลังได้รับการปรับปรุง แต่ยังขาดความสามารถในการบริหารจัดการความท้าทายในการบังคับใช้กฎระเบียบ และระบบโลจิสติกส์ที่ยังไม่พัฒนาเต็มที่ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อแก้ไขปัญหาร่วมกัน การนำเทคโนโลยีมาใช้ (Bröcker & Rohweder, 1990; Lee & Dewitz, 1990; Marimoutou et al., 2009; Yin et al., 2024)

ในด้านโอกาสทางการค้าและการลงทุนของการค้าข้ามแดนของระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานบนเส้นทางระหว่างเชียงราย ประเทศไทย และมณฑลยูนนาน ประเทศจีนนั้น แบ่งออกได้เป็น 2 เส้นทางหลัก ได้แก่ R3A เป็นเส้นทางระหว่างไทย-ลาว-จีน ซึ่งปัญหาหลักคือ เส้นทางที่ขรุขระ ขาดความสะดวกในการเดินทาง โดยเฉพาะหน้าฝนที่มีน้ำท่วม ก่อให้เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งสอดคล้องกับ Chinwadee et al. (2024) ที่กล่าวแม้จะมีศักยภาพ แต่การรวมการค้าต้องเผชิญกับความท้าทาย เนื่องจากระยะทางทวีภาคีและต้นทุนการต่อต้านการค้า การแก้ไขอุปสรรคเหล่านี้สามารถเพิ่มปริมาณการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจเพิ่มเติม และประสิทธิภาพของการเชื่อมต่อการขนส่งทางบกตามเส้นทาง R3A มีความสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศในขณะที่ R9 เป็นเส้นทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด แต่การปรับปรุงต้นทุนและเวลาของกระบวนการชายแดนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของเส้นทาง R3A (Panichakarn & Pochan, 2023) อย่างไรก็ตาม การศึกษาส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งพบว่าการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั่วไทย ลาว และจีน การเติบโตนี้ให้โอกาสในการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งเพิ่มผลประโยชน์สูงสุดสำหรับชุมชนในท้องถิ่น (Pechdin et al., 2024; Sitikarn & Kankaew, 2021) โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่เห็นว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตามเส้นทาง R3A สามารถพัฒนาต่อไปได้ผ่านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานที่ดีขึ้น โดยมีปัจจัยสำคัญ เช่น การแบ่งปันข้อมูล ความมุ่งมั่น และเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการส่งเสริมความร่วมมืออย่างยั่งยืนระหว่างองค์กรการท่องเที่ยว (Piboonrungraj et al., 2023)

เส้นทางโลจิสติกส์อีกเส้นทางหนึ่งได้แก่เส้นทาง R3 ระหว่างไทย-เมียนมา-ลาว ซึ่งแม้จะมีโอกาสที่ดีทั้งในด้านทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ แต่ก็มีปัญหาจากการเมืองภายในประเทศ ทั้งนี้จากการศึกษาที่พบว่า การลงทุนสร้างศูนย์กระจายสินค้าและคลังสินค้าทันสมัยตามแนวเส้นทาง R3 การนำระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์และ IoT มาใช้ รวมถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการจับคู่ธุรกิจและการบริหารจัดการการขนส่ง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (Tantrakoonsab, 2020; Tritto & Huang, 2023; Vinogradov, 2023)

อย่างไรก็ตาม นอกจากเส้นทางถนนแล้ว โลจิสติกส์ระหว่างเชียงรายได้กับจีนยังมียังมีโอกาสที่สำคัญบนเส้นทางทางขนส่งทางลำน้ำโขง ซึ่งขณะนี้ประเทศจีนได้ลงทุนปริมาณมหาศาลที่ทำเรือกวานเหล่ย์ เพื่อส่งสินค้าผ่านลำน้ำโขงมายังท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน ของเชียงราย ประเทศไทย แต่ทั้งนี้ทางประเทศจีนต้องการให้ทางท่าเรือเชียงแสนลงทุนในอุปกรณ์การขนถ่ายลำเลียงสินค้าขนาดใหญ่ และจำนวนมากเพื่อรองรับสินค้าที่จะส่งมาจากท่าเรือกวานเหล่ย์ และการขนส่งกลับจากเชียงแสนไปท่าเรือกวานเหล่ย์ด้วยเช่นกัน ซึ่งทั้ง 3 เส้นทางยังอยู่โครงการ Belt and Road Initiative ของจีนด้วยเช่นกัน

สำหรับโอกาสทางการค้าและการลงทุนของการค้าข้ามแดนของระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานบนเส้นทางระหว่างเชียงราย ประเทศไทย และมณฑลยูนนาน ประเทศจีน อันมีโอกาสดำเนินการในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและลดต้นทุนโลจิสติกส์ และโครงการ Belt and Road Initiative ของจีนเปิดโอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงระหว่างประเทศ (Seryapova, 2022; Shevchuk, 2022) นอกจากนี้ การลงทุนสร้างศูนย์กระจายสินค้าและคลังสินค้าทันสมัยตามแนวเส้นทาง R3 การนำระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์และ IoT มาใช้ รวมถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการจับคู่ธุรกิจและการบริหารจัดการการขนส่ง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (Schislyaeva et al., 2023) อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในด้านความไม่แน่นอนทางการเมืองและความซับซ้อนของกฎระเบียบการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในบางพื้นที่ที่ยังไม่เพียงพอ และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ประกอบการในประเทศต่าง ๆ ตามโลกาภิวัตน์ (Kurniawati, 2020)

เมื่อพิจารณาจากทฤษฎีหลักที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ตัวแบบเพชรของ Porter (1990) ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าสอดคล้องกับทฤษฎีโดยตรง โดยเฉพาะบทบาทของภาครัฐที่ส่งผลต่อปัจจัยต่าง ๆ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ อันเป็นลักษณะของการค้าขายแดนและการค้าข้ามแดนของประเทศเพื่อนบ้านที่มีความใกล้ชิดกันอย่างมาก อย่างเช่นเชียงราย ประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันมีเมืองหลวงน้ำทาเป็นเมืองหลัก ซึ่งมีความใกล้เคียงกันในด้านภาษา ความเป็นอยู่ วัฒนธรรมกันเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เมื่อข้ามไปยังมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ที่เมืองสิบสองปันนา ซึ่งมีความใกล้ชิดกันด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ บนเส้นทาง R3 มีจังหวัดเชียงตุงเป็นเมืองหลัก และเป็นบ้านพี่เมืองน้อง มีความสัมพันธ์ทางเชื้อชาติกันอย่างใกล้ชิด จึงเสมือนหนึ่งเป็นบ้านเมืองเดียวกัน แต่เมื่อแยกออกเป็นประเทศจะมีกฎระเบียบ ที่แตกต่างกันอย่างมาก จึงทำให้บทบาทของภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญของระบบโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยในประเทศที่มีบริบทแตกต่างกันอย่างมากทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสงครามในประเทศจึงส่งผลต่อปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามไปด้วย ซึ่งทั้งนี้ ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐที่จะต้องเข้ามาแก้ปัญหาในการแก้ปัญหาให้การค้าและการลงทุน บนเส้นทางโลจิสติกส์นี้ได้พัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการนำภาคเอกชนต่าง ๆ เข้ามาร่วมแก้ไขปัญหาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้วยเช่นกัน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

1. ศักยภาพการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ในมิติของการลงทุน จังหวัดเชียงรายประเทศไทยโดดเด่นด้วยทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางในภูมิภาค มีนโยบายสนับสนุนการลงทุนที่ดี แต่ต้องแก้ไขปัญหภายใน คือ ปัญหาทางระบบราชการ โครงสร้างพื้นฐานที่ยังต้องปรับปรุง และปัญหาการคอร์รัปชัน ส่วนเมียนมามีศักยภาพที่สูงด้วยแหล่งวัตถุดิบ และทำเลที่เอื้อต่อธุรกิจโลจิสติกส์ แต่ด้วยปัญหาทางการเมืองหรือ “สงครามภายในประเทศ” และโครงสร้างพื้นฐานที่ด้อยกว่า จึงเป็นเรื่องที่ท้าทายต่อการลงทุนอย่างยิ่ง ส่วนลาวแม้ว่าจะมีทำเลที่เชื่อมต่อกับภูมิภาคแต่ยังต้องการการลงทุนและความช่วยเหลือจากภายนอก เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการที่ทันสมัย

ส่วนในมิติของการค้า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้วยสินค้าทางการเกษตรจนมีความต้องการจำนวนมาก แต่ปัญหาหลัก คือ การขนส่งที่ต้องผ่านประเทศลาวที่มีสภาพเส้นทางที่เสียหาย แต่ยังมีศักยภาพในการขนส่งทางลำน้ำโขงหากมีการลงทุนรองรับที่เพียงพอ ในขณะที่ลาวสามารถค้าขายกับจีนได้ในบางประเภทสินค้าโดยเฉพาะสินค้าเกษตรแปรรูป แม้จะมีสิทธิพิเศษที่ได้จากทางจีนแต่ไม่สามารถทำได้ตามเงื่อนไข แต่เมียนมามีศักยภาพในการค้าขายต่ำกว่า เนื่องจากข้อจำกัดของเส้นทางการขนส่งและการเข้าถึงตลาดจีนโดยตรง ตลอดจนปัญหาภายในประเทศ

2. โอกาสทางการค้าและการลงทุน

การปรับปรุงเส้นทาง R3 และโครงการ Belt and Road Initiative (BRI) ของจีนจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง ลดต้นทุนโลจิสติกส์ และเปิดโอกาสด้านการค้าให้ประเทศไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรมูลค่าสูงไปยังจีนได้มากขึ้น การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนจะช่วยใช้ประโยชน์จากแรงงานราคาถูกและสิทธิประโยชน์ทางภาษี นอกจากนี้ การนำเข้าเครื่องจักรจากจีนจะช่วยยกระดับอุตสาหกรรมในประเทศไทย การขนส่งผ่านแม่น้ำโขง โดยเฉพาะท่าเรือกวานเหล่ย์ในจีน จะเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการค้าจากระบบโลจิสติกส์ระหว่างไทย-จีน

3. แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน และศูนย์กระจายสินค้าตามแนวเส้นทาง R3 จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง การปฏิรูปกฎระเบียบเพื่อให้ขั้นตอนศุลกากรสอดคล้องกันระหว่างประเทศ จะช่วยลดความล่าช้าในการขนส่ง การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่น ระบบศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ และระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์ จะเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูล การฝึกอบรมบุคลากรด้านโลจิสติกส์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาค

ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้มีศูนย์รวมอยู่ที่การเจรจาหรือระหว่างรัฐบาลไทยและจีน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันและนำไปใช้ในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่สอดคล้องกัน ในขณะที่การสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์และความร่วมมือวิจัยระหว่างประเทศไทย เมียนมา ลาว และจีน จะช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการขนส่งสินค้า ลดต้นทุน และรักษาคุณภาพของสินค้าได้ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพทางการค้า นอกจากนี้การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางถนน ทางน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ การปรับปรุงเส้นทางพัฒนาบุคลากรด้าน E-commerce เพื่อเชื่อมโยงผู้ผลิตรายย่อยในประเทศกำลังพัฒนากับตลาดโลก เป็นขั้นตอนสำคัญที่จะช่วยให้การค้าและเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้เติบโตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ รัฐบาลไทยและจีนควรเจรจาและประสานงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันและลงทุนพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่สอดคล้องกันระหว่างประเทศ ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงระหว่างผู้ประกอบการของทั้งสองประเทศ มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศบนเส้นทาง R3 นอกจากนี้ การจัดตั้งหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบการจัดการโลจิสติกส์ระหว่างภาคเหนือของไทยและมณฑลยูนนานของจีนจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศได้

2. สร้างเครือข่ายโลจิสติกส์และความร่วมมือวิจัย การพัฒนาเครือข่ายโลจิสติกส์และการวิจัยร่วมกันระหว่างไทย เวียดนาม ลาว และจีน มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของภูมิภาค ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพสามารถลดต้นทุนการขนส่ง รักษาคุณภาพสินค้า และส่งเสริมการเติบโตทางการค้า รวมทั้งการวิจัยนวัตกรรม เช่น การจัดการทรัพยากรและการลดต้นทุนพลังงาน จะช่วยยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจในระยะยาว

3. การลงทุนพัฒนากำลังคนด้านอีคอมเมิร์ซเพื่อเชื่อมโยงผู้ผลิตรายย่อยกับตลาดโลกเป็นสิ่งสำคัญ การสร้างหลักสูตร Cross-Border E-commerce (CBEC) ที่เน้นการขายผ่านช่องทางสมัยใหม่ เช่น การ Live ขายสินค้า จะช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจการค้า การบริการให้ผู้ผลิตรายย่อย การดึงความเชี่ยวชาญจากสถาบันการศึกษาของจีนที่มีประสบการณ์จะช่วยพัฒนาบุคลากรและสร้างความยั่งยืนในการค้าในภูมิภาค

4. จากผลการวิจัย เห็นได้อย่างชัดเจนว่า การค้าและการลงทุนบนเส้นทางโลจิสติกส์จากไทยสู่จีน บนเส้นทาง R3 นี้ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ทั้งในด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ และในด้านการลงทุนที่ช่วยพัฒนา เพิ่มประสิทธิภาพทางโลจิสติกส์การขนส่งสินค้า เป็นการลดต้นทุนทางการค้าเพิ่มมากขึ้น ในขณะเดียวกันหากการค้าที่เติบโตมากขึ้น ก็จะนำไปสู่การลงทุนในภาคการผลิต การค้าส่งค้าปลีก และโครงสร้างพื้นฐานตามมาเช่นกัน เป็นการส่งเสริมซึ่งกันและกัน ดังนั้น สิ่งที่ต้องตระหนักในสถานการณ์ที่พบจากผลการวิจัย จึงควรมีความร่วมมือในหลาย ๆ มิติทั้งระหว่างประเทศ ระหว่างรัฐกับเอกชน โดยเฉพาะในด้านการลงทุนการปรับปรุงเส้นทาง R3 และการพัฒนาท่าเรือก่อน เป็นลำดับแรก เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มเหล่านี้ต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาทางเลือกด้านเส้นทางโลจิสติกส์ ควรศึกษาเส้นทางทางการขนส่งทางน้ำ เช่น เส้นทางจากท่าเรือกว๋านเหล่ย์ในจีนไปยังท่าเรือเชียงแสนในไทย เพื่อแก้ปัญหาที่พบในเส้นทาง R3 ซึ่งขณะนี้มีปัญหา ด้านเส้นทางถนนที่มีความเสียหายอย่างยิ่งและมีอุบัติเหตุระหว่างเส้นทาง ที่ส่งผลต่อระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ รวมทั้งควรสร้างความร่วมมือที่เป็นประโยชน์ระหว่างไทย จีน เวียดนาม และลาว ทั้งระหว่างภาครัฐ-รัฐ เอกชน-เอกชน และภาครัฐ-เอกชน ที่มีความสอดคล้องระหว่างกันและกัน เช่น การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานร่วมกันในการปรับปรุงเส้นทาง R3 ให้เป็นเส้นทาง Multimodal หรือการพัฒนาท่าเรือบกแห้ง (Dry Port) และศูนย์กระจายสินค้าร่วม เป็นต้น

2. ศึกษาผลกระทบของความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP) ที่มีต่ออุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของไทย โดยเฉพาะโอกาสการขยายตลาดการค้าระหว่างประเทศและความท้าทายจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในภูมิภาค โดยอาจศึกษากับประชากร

กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ไทยที่ครอบคลุมทั้งผู้ให้บริการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ คลังสินค้า และบริการโลจิสติกส์ครบวงจร หรือกลุ่มผู้ส่งออกและนำเข้าสินค้าไทยที่ค้าขายกับประเทศสมาชิก RCEP ซึ่งสามารถใช้การวิจัยทั้งเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือหากเป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุ เพื่อหาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลอย่างชัดเจน หรือการใช้ Structure Equation Model เพื่อหาอิทธิพลเชิงโครงสร้างจะเป็นประโยชน์มากขึ้น ทั้งนี้อาจใช้การวิจัยเชิงผสมผสานจะก่อให้เกิดประโยชน์ยิ่งขึ้น

3. บทบาทเทคโนโลยีดิจิทัลในโลจิสติกส์ การศึกษาผลกระทบของการลงทุนในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น IoT, Blockchain และ AI ต่อระบบโลจิสติกส์ในกัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และจีน จะช่วยพัฒนาระบบซัพพลายเชนและเสริมสร้างความสามารถการแข่งขันในภูมิภาคได้อย่างมีนัยสำคัญ

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ บุญเดช. (2562). การเปิดประตูการค้าระหว่างประเทศในศตวรรษที่ 19 การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสนธิสัญญาคังฮวาของโชซอน (ค.ศ. 1876-1907) กับสนธิสัญญาเบาว์ริงของสยาม (ค.ศ. 1855-1910). *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*, 1(15), 58.45.
<https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jla/article/view/1550>
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2555). *ข้อมูลจำนวนจุดผ่านแดนถาวร จุดผ่อนปรนและจุดผ่านแดนชั่วคราว*.
<https://shorturl.asia/2tbBn>
- กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน. (2565). *มูลค่าการค้าระหว่างประเทศและการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (มาเลเซีย-เมียนมา-สปป.ลาว-กัมพูชา) ปี 2563-2565 (มค.-มีค.)*.
<https://shorturl.asia/G8l50>
- ธงชัย ภูวนาถวิจิตร, อนิรุทธ์ สงค์ธนาพิทักษ์, สุชาครีย์ ศรีรัตน์, และศุภชัย แสงคำ. (2562). การพัฒนาแผนการตลาด การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการเพื่อสร้างให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดเชื่อมต่อการท่องเที่ยวของแหล่งอารยธรรมล้านนาผ่านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว. *มนุษยศาสตร์สาร*, 20(2), 11-39. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUMANS/article/view/213146>
- วุฒิยา สาท่วยทอง. (2562). *การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ: การวิเคราะห์ภายใต้บริบทการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2568). *รายงานข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยปี (รายปี) สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย ปี 2535-2568*. <https://tradereport.moc.go.th/th/stat/reportyear01>
- Bernhardt, T. (2017). Establishing an export credit guarantee scheme to support Myanmar exporters? An exploration. *Journal of Southeast Asian Economies*, 34(2), 400-416. <https://www.jstor.org/stable/44684970>
- Bröcker, J., & Rohweder, H. C. (1990). Barriers to international trade: Methods of measurement and empirical evidence. *The Annals of Regional Science*, 24(4), 289-305.
- Calero, C., & Turner, L. W. (2020). Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*, 26(1), 3-26. <https://doi.org/10.1177/1354816619881244>
- Charoensukmongkol, P. (2016). The interconnections between bribery, political network, government supports, and their consequences on export performance of small and medium enterprises in Thailand. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(2), 259-276. <https://doi.org/10.1007/s10843-016-0164-1>

- Chinwadee, R., Chukiat, C., & Kanchana, C. (2024). Analysis of Road 3 Asia (R3A)'s impacts on border trade of Thailand. *Journal of Electrical Systems*, 20(5s), 1405-1417. <https://journal.esrgroups.org/jes/article/view/2472>
- Dzvinchuk, D., Ozminska, I., Orliv, M., & Petrenko, V. (2021). Information potential of the leadership diamond model: Conditions of its detection and use in public administration. *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*, 1(29), 1-11. https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/30032021/7451
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantages: The role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Ferrarini, B. (2014). Myanmar's trade and its potential. *Journal of Southeast Asian Economies*, 31(2), 195-209.
- Giroud, A., & Ivarsson, I. (2020). World Investment Report 2020: International production beyond the pandemic. *Journal of International Business Policy*, 3, 465-468. <https://doi.org/10.1057/s42214-020-00078-2>.
- Guo, Q., Bauer, D., & Zanjani, G. H. (2021). Capital allocation techniques: Review and comparison. *Variance*, 14(2), 1-32.
- Hayakawa, K., Laksanapanyakul, N., Puapan, P., & Sudsawasd, S. (2015). *Government strategy and support for regional trade agreements: The case of Thailand* (No. DP-2015-37). <https://www.eria.org/ERIA-DP-2015-37.pdf>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing management* (3rd ed.). Pearson Education.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
- Kurniawati, M. A. (2020). The role of ICT infrastructure, innovation and globalization on economic growth in OECD countries, 1996-2017. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 11(2), 193-215. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-06-2019-0065>
- Lee, R. M., & Dewitz, S. D. (1990). Finding international contracting opportunities: AI extensions to EDI. In *ICIS 1990 Proceedings*. <https://aisel.aisnet.org/icis1990/32>
- Marimoutou, V., Peguin, D., & Peguin-Feissolle, A. (2009). The distance-varying gravity model in international economics: Is the distance an obstacle to trade? *Economics Bulletin*, 29(2), 1139-1157.
- Mishkin, F. S., & Eakins, S. G. (2019). *Financial markets*. Pearson Italia.
- Oberhauser, M. (2024). The Chinese belt and road initiative: Development project with strings attached? *International Journal of Development Issues*, 23(2), 212-244. <http://dx.doi.org/10.1108/IJDI-03-2023-0073>

- Panichakarn, B., & Pochan, J. (2023). Analysis of the efficiency of land transport connectivity for international trade between Thailand and China. *Cogent Social Sciences*, 9(1), Article 2196820. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2196820>
- Pechdin, W., Swangsilp, S., Sukdanont, S., & Ho, T. D. N. (2024). Narratives of Chinese policies on route R3A tourism development: A question in collaboration. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(8), Article 7060. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i8.7060>
- Piboonrungraj, P., Wannapan, S., & Chaiboonsri, C. (2023). The impact of gastronomic tourism on Thailand economy: Under the situation of COVID-19 pandemic. *Sage Open*, 13(1). <https://doi.org/10.1177/21582440231154803>
- Po, S., & Primiano, C. B. (2021). Explaining China's Lancang-Mekong cooperation as an institutional balancing strategy: Dragon guarding the water. *Australian Journal of International Affairs*, 75(3), 323-340. <https://doi.org/10.1080/10357718.2021.1893266>
- Porter, M. E. (1990). New global strategies for competitive advantage. *Planning Review*, 18(3), 4-14. <https://doi.org/10.1108/eb054287>
- Raychaudhuri, A. (2017). Myanmar's growth and employment potential through trade and investment: Some challenging issues. In *Myanmar's Integration with the World: Challenges and policy options* (pp. 33-52). Springer Singapore.
- Saisho, T. (2022). The global supply chain management system involving the ASEAN industrial clusters. In *Frameworks and cases on evolutionary supply chain* (pp. 240-258). IGI Global.
- Schislyayeva, E., Krasovskaya, I., Palkina, E., & Plis, K. (2023). The development of logistics in the context of the knowledge economy: The current state and features of management. *E3S Web of Conferences*, 371, Article 04043. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337104043>
- Seryapova, I. V. (2022). Ways to develop transport logistics in the conditions of sanctions. *Economics and Entrepreneurship*, 9(146), 1054.
- Shevchuk, A. (2022). Logistics support system for international movement. *Innovation and Sustainability*, 2(2), 155-162. <https://doi.org/10.31649/ins.2022.2.155.162>
- Sitikarn, B., & Kankaew, K. (2021). Factors of trans-boundary tourism sustainable development in dynamics of South-East Asia regionalization (the case of Thailand-Laos-China tourism cluster). *E3S Web of Conferences*, 284, Article 10004. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202128410004>

- Tantrakoonsab, N. (2020). Transitional relations of China and Myanmar: A new economic geography approach to the Mandalay-Ruili Road Connection. *Thammasat Review*, 23(2), 212-231. <https://sc01.tci-thaijo.org/index.php/tureview/article/view/239874>
- Thein, H. H., & Pick, D. (2009). International trade and business investment in Myanmar: Scope, strategic development, and social implications. In M. Gillan & B. Pokrant (Eds), *Trade, labour and transformation of community in Asia* (pp. 36-68). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230274105_3
- Thein, V. (2008). International business in Myanmar: Internal constraints, commercial concerns and challenges. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 27(3), 4-33.
- Tritto, A., & Huang, R. L. (2023). China's belt and road initiative in Myanmar: Governance and state-society implications. *Asian Perspective*, 47(4), 603-627. <https://doi.org/10.1353/apr.2023.a912747>
- Vinogradov, I. S. (2023). Myanmar-China: Beijing's strategic interests and instruments of influence. *Asia & Africa Today*, 5, 26-35. <https://doi.org/10.31857/S032150750025705-7>
- Yin, R., Kim, Y., Wu, D., & Panda, P. (2024). LoAS: Fully temporal-parallel datatflow for dual-sparse spiking neural networks. Arxiv. <https://arxiv.org/pdf/2407.14073v1>

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลในจังหวัดเชียงราย

Factors influencing the decision of Nile Tilapia farmers in Chiang Rai to participate in community enterprises

Received: February 10, 2025

Revised: March 30, 2025

Accepted: March 31, 2025

ศรสวรรค์ นามสร*

Sornsawan Namsorn*

ปรัศนี ญ.ศิริ**

Pratsanee Nakeere**

สุดศิริ รุ่งเรือง***

Sudsiri Rungruang***

*สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

*School of Management, Mae Fah Luang University

*Email: 6451203268@lamduan.mfu.ac.th

** , ***ศูนย์วิจัยเพื่อผู้ประกอบการและความยั่งยืน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

** , ***Sustainability and Entrepreneurship Research Center, Mae Fah Luang University

**Email: pratsanee.nak@mfu.ac.th

***Email: sudsiri.run@mfu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลในจังหวัดเชียงราย โดยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร และสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ของวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งและให้เกษตรกรตระหนักถึงการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนที่ช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองในตลาด ลดต้นทุนการผลิต และสามารถเข้าถึงทรัพยากรหรือความช่วยเหลือจากภาครัฐได้ง่ายยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง 400 คน จากเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1. ปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรแหล่งเงินทุน ทรัพยากรความรู้ ระบบการทำงาน การวางแผน ระบบฐานข้อมูล และระบบการควบคุมคุณภาพการผลิต 2. ปัจจัยภายนอกองค์กร ประกอบด้วย การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย 3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน ประกอบด้วย อำนาจต่อรองพ่อค้าคนกลาง การต่อรองกับผู้ผลิต การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน และการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด ทั้ง 3 ปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Sig < 0.001$) และพบว่า ค่า R Square ของปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร และสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 0.698 0.644 และ 0.703 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าทั้ง 3 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ร้อยละ 69.80 ร้อยละ 64.40 และร้อยละ 70.30 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน การตัดสินใจวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงราย

Abstract

The purpose of this research was to study the factors influencing the decision of Nile Tilapia farmers in Chiang Rai to participate in community enterprises, focusing on internal and external organizational factors as well as the competitive environment. The findings of this research will serve as a guideline for strengthening community enterprise strategies and raising farmers' awareness of the benefits of participation. These benefits include increased bargaining power in the market, reduced production costs, and improved access to resources and government support. The research employed a quantitative approach, utilizing questionnaires as the primary data collection tool. The sample consisted of 400 Nile Tilapia farmers who are members of community enterprises in Chiang Rai province. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as multiple regression analysis. The findings indicate that: 1. Internal Organizational Factors: These include aspects related to human resources, financial resources, knowledge resources, operational systems, planning, database systems, and production

quality control systems. 2. External Organizational Factors: These encompass political, economic, social, technological, environmental, and legal aspects. 3. Competitive Environment Factors: These comprise the bargaining power of intermediaries, negotiation with producers, the entry of new entrepreneurs, the threat of substitute products, and competition among existing market participants. All three of these factors significantly influence the decision of tilapia farmers to participate in community enterprises, with a statistical significance ($\text{Sig} < 0.001$). The R-squared values for internal organizational factors, external organizational factors, and the competitive environment are 0.698, 0.644, and 0.703, respectively. This demonstrates that these three factors account for 69.80%, 64.40%, and 70.30% of the variance in the decision of Tilapia farmers to join community enterprises, respectively.

Keywords: Internal Organizational Factors, External Organizational Factors, Competitive Environment, Decision, Community Enterprises

บทนำ

ปัญหาและข้อจำกัดของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเกิดจากความไม่ต่อเนื่องของนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน รวมถึงปัญหาในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบกับค่าครองชีพและหนี้สินภาคครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น 2. ปัจจัยภายใน ที่สะท้อนถึงการขาดความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจที่ยังไม่เพียงพอ ขาดบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และความสามารถในการจัดทำโครงการหรือแผนธุรกิจ 3. กระบวนการทำงานของวิสาหกิจชุมชน ที่ส่วนใหญ่ยังขาดศักยภาพในการหาตลาด ไม่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างชัดเจน ไม่มีการวางแผนการทำงานที่เป็นระบบ ไม่สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้า ขาดการประยุกต์ใช้เอกลักษณ์ท้องถิ่นกับผลิตภัณฑ์ และไม่มี การจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง และ 4. ศักยภาพในการพึ่งพาตนเองของวิสาหกิจชุมชน พบว่า รายได้จากการดำเนินงานส่วนใหญ่ยังไม่เพียงพอ หลายกลุ่มประสบปัญหาขาดทุน การผลิตสินค้ายังไม่ได้มาตรฐานในระดับสากล และขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการวัตถุดิบ ซึ่งล้วนเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว

เพื่อลดปัญหาและข้อจำกัดของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ดังนั้นในการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนไทยจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่มีปัญหาเรื่องความไม่ต่อเนื่องของนโยบายรัฐ การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ทั่วถึง และภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว โดยแนวทางแก้ไข คือ การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว จัดหาตลาดจำหน่ายสินค้าถาวร ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และกระตุ้นเศรษฐกิจให้เอื้อต่อการบริโภคสินค้าของวิสาหกิจชุมชน ในส่วนของปัจจัยภายใน ปัญหาหลัก ได้แก่ การขาดศักยภาพผู้บริหาร การขาดการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ยังไม่เพียงพอ ซึ่งควรได้รับการแก้ไขผ่านการพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ส่งเสริมการเขียนแผนธุรกิจ ปลุกฝังคนรุ่นใหม่ให้อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม และยกระดับมาตรฐานการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานอุตสาหกรรมและสากล สำหรับกระบวนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งยังขาดความสามารถในการหาตลาด การวางแผนธุรกิจ การเพิ่มมูลค่าสินค้า และการทำบัญชี ควรได้รับการแก้ไขโดยการจัดหาตลาดที่มีความมั่นคง

ในระยะยาว ให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดใจ และอบรมด้านการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สุดท้าย การสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเผชิญปัญหาด้านรายได้ไม่เพียงพอและขาดความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขด้วยการขยายตลาดผ่านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและตลาดต่างประเทศ จัดตั้งระบบตัวแทนจำหน่าย และส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าในตลาด (สนิทเดช จินตนา และธีระพงษ์ ภูริปาณิก, 2563)

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์ของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสนใจศึกษาวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งในการดำเนินการเป็นผู้จัดการดูแลการจับปลาแก่เกษตรกร ตลอดจนรับผลผลิตอาหารปลาราคาที่ประกันไว้ไปจำหน่าย และให้สิทธิเกษตรกรในการซื้ออาหารปลาราคาเชื่อ รวมถึงการเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง และป้องกันการเอารัดเอาเปรียบเกษตรกร อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้เกษตรกรเกิดความคล่องในการลงทุนอีกด้วย (สุจิตตา หงษ์ทอง, 2562) ดังนั้นจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลในจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจให้กับเกษตรกร อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางให้กับวิสาหกิจชุมชนในการวางแผนระบบการทำงาน การพัฒนากลยุทธ์ที่จะสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชนที่แข็งแกร่งขึ้นและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการทรัพยากรและทุนในชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล
3. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ชนพงษ์ อารณพิศาล (2560) กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มของชุมชนที่มีแนวคิดและการดำเนินธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในระบบเศรษฐกิจชุมชนที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ซึ่งเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจ แม้ว่าวิสาหกิจชุมชนจะมีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือสหกรณ์ แต่ก็มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจรากหญ้า โดยช่วยสร้างความมั่นคงในการผลิตและบริโภคในชุมชน ส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนของเงินทุนและสนับสนุนเศรษฐกิจมหภาค วิสาหกิจชุมชนยังเป็นโอกาสในการพัฒนาชุมชน ให้คนในชุมชนเข้าใจและค้นพบศักยภาพและทุนท้องถิ่นของตนเอง รวมถึงพัฒนาความสามารถในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งจะนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งขึ้น ส่งเสริมความเชื่อมั่นและความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาและรากเหง้าของตนเอง วิสาหกิจชุมชนจึงถือเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาที่ช่วยให้ชุมชนและประเทศชาติเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ในชีวิตประจำวัน เราต้องเผชิญกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ความคิดในการตัดสินใจอยู่ตลอดเวลา แต่เราอาจไม่สังเกตเห็นความพิเศษของการตัดสินใจในเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ เนื่องจากเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมที่เราแสดงออกล้วนผ่านกระบวนการตัดสินใจมาก่อน การตัดสินใจต้องประกอบด้วยขั้นตอนการคิดอย่างเป็นระบบ เพื่อหาแนวทางที่ดีที่สุด (รศนา อัสชะกิจ, 2537, น. 84-85) ทั้งนี้ Barnard (1968) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า คือ กระบวนการลดจำนวนทางเลือกหลาย ๆ ทางให้เหลือเพียงทางเลือกเดียวที่ดีที่สุด ซึ่งจะนำไปปฏิบัติอย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทรัพยากรพื้นฐาน

ภรณ์ หลาวทอง (2559) กล่าวถึง แนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรที่เน้นความสำคัญของทรัพยากรและความสามารถขององค์กร โดย Andersen and Bøllingtoft (2011) เห็นว่า ทรัพยากรและความสามารถขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันและนำไปสู่ความได้เปรียบด้านผลการดำเนินงานขององค์กร

ทฤษฎีฐานทรัพยากรเน้นความสำคัญของทรัพยากรและความสามารถขององค์กร โดยมีจุดเริ่มต้นจากงานวิจัยของ Chamberlin and Robinson (1930s) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ทรัพยากรและความสามารถขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันและการสร้างผลกำไรที่เหนือกว่าระดับเฉลี่ย โดย Chamberlin and Robinson ได้ให้คำจำกัดความของความสามารถขององค์กรว่า รวมถึงความรู้ด้านเทคนิค ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ การรับรู้ในตราสินค้า ความสามารถของบุคลากรในระดับบริหาร รวมถึงสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้า (Amit & Schoemaker, 2012) ต่อมาแนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาโดย Penrose ในปี ค.ศ. 1959 ซึ่งมองว่าองค์กรไม่ใช่แค่หน่วยงานบริหาร แต่เป็นศูนย์รวมของทรัพยากรที่ก่อให้เกิดประโยชน์ (Penrose, 1995)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับระบบการทำงาน

ภรณ์ หลาวทอง (2559) ระบุว่า ระบบการทำงานในองค์กรเกิดจากการจัดการทรัพยากร ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของบุคลากรอย่างเหมาะสม โดยเป็นกระบวนการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจ (Amit & Schoemaker, 2012) ทั้งนี้ ระบบการจัดการทรัพยากรในองค์กรยังสามารถเป็นแหล่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งประสิทธิภาพขององค์กรก็เป็นคุณลักษณะที่เสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Barney, 2012)

Barney (2012) ให้ความหมายของความสามารถขององค์กรเกี่ยวกับระบบการทำงานว่า เกี่ยวข้องกับการวางแผนทั้งแบบมีแบบแผนและไม่มีแบบแผน ซึ่งการศึกษาของ Kohtamäki et al. (2012) พบว่าการวางแผนที่ดีมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของยอดขาย โดยองค์กรที่มีการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพมักมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าองค์กรที่ไม่มีวางแผน นอกจากนี้ Ahmed et al. (2012) ได้ศึกษาเกี่ยวกับระบบการทำงานในด้านฐานข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลด้านการตลาด เช่น พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า และสภาพแวดล้อมทางการตลาดทั่วไป Barney ยังศึกษาเกี่ยวกับระบบการทำงานในด้านการควบคุมและประสานงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งรวมถึงโครงสร้างองค์กรหรือสายการบังคับบัญชา การควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต ตั้งแต่ก่อนการผลิต กระบวนการผลิต และหลังการผลิต โดยมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน เช่น การคัดสรรวัตถุดิบ การควบคุมกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพสินค้า และการบริหารสินค้าคงคลัง (Almor et al., 2004)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน

Porter (2008) เจ้าของทฤษฎี Competition Theory ได้พัฒนาแนวคิดในการวินิจฉัยที่มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร โดยการประยุกต์ใช้แผนองค์กรเข้าสู่ตลาดใหม่และการจัดการเปลี่ยนแปลง Porter เน้นการวิเคราะห์โอกาสและภัยคุกคามจากสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรมภายนอก พร้อมทั้งประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรมและกำหนดปัจจัยสนับสนุนผ่านการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในตลาด

ทฤษฎี Porter's Five Forces Model ซึ่งพัฒนาโดย Porter (2008) ในต้นทศวรรษ 1980 ได้ส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางในระดับโลกด้านการกำหนดกลยุทธ์องค์กร โดยโมเดลนี้ใช้สำหรับวิเคราะห์กลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร ช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ Porter's Five Forces Model ประกอบด้วยการวิเคราะห์ 5 ประการ

1. การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Barriers to Entry)
2. การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry among Existing Competitor)
3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)
4. อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers)
5. การคุกคามของสินค้าหรือบริการทดแทน (Pressure from Substitute)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกของธุรกิจ

ทวิพล นิลบำรุง (2557) กล่าวว่า การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของ Francis J. Aguilar ในปี ค.ศ. 1967 ประกอบด้วย Politics (การเมือง) Economic (เศรษฐกิจ) Social/Culture (สังคม/วัฒนธรรม) Technological (เทคโนโลยี) Legal (กฎหมาย) และ Ecological (สภาวะแวดล้อม) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจ “ภาพรวม” ของสภาพแวดล้อมที่องค์กรจะเข้าไปดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการประเมินโอกาสและภัยคุกคามในพื้นที่ธุรกิจใหม่ การค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้นมีความจำเป็นเพื่อช่วยวางแผนในการใช้ประโยชน์จากโอกาสและลดความเสี่ยงจากภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น

สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบโดยอ้อมต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน

1. ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors) เช่น นโยบายและเสถียรภาพของรัฐบาล การแก้ไขกฎหมาย และการปรับปรุงระเบียบต่าง ๆ เป็นองค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะในด้านการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหาร ซึ่งสามารถส่งผลต่อการวางแผน การตัดสินใจและการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร
2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราภาษี และอัตราการว่างงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยสามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการลงทุน ต้นทุนการดำเนินงาน กำลังซื้อของผู้บริโภค และความเสี่ยงทางธุรกิจ องค์กรจำเป็นต้องพิจารณาและปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
3. ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factors) เช่น โครงสร้างทางเพศและอายุ ระดับการศึกษา ค่านิยม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมและประเพณี รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค องค์กรจำเป็นต้องเข้าใจและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factors) เช่น การพัฒนาทางเทคโนโลยี การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เครื่องจักรกลอุตสาหกรรม เครื่องจักรสมองกล และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดต้นทุน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ด้านปัจจัยภายในองค์กร

ชนพงษ์ อารณพิศาล (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางของประเทศไทย โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนมีอิทธิพลสูงสุดต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโดยเฉพาะในด้านการปฏิบัติงาน ซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุดรองลงมา คือ ด้านการวางแผนและการจัดสรรทรัพยากร ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ด้านการติดตามและประเมินผล ทั้งนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดของ ปูริตา กล้าประเสริฐ (2553) อีกด้วย

กิตติยา ฤทธิภักดี และนวรรตน์ ลิ้มสกุล (2567) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม (ดาหลาปาเต๊ะ) ตำบลควนสตอ อำเภอควนโดน จังหวัดสตูล โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนมี 7 ด้านหลัก ได้แก่ 1. การบริหารจัดการที่มีแผนดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและโครงสร้าง แบ่งหน้าที่ชัดเจน การเงินและบัญชีที่โปร่งใสและเป็นระบบ 2. การผลิตที่มีการวางแผนการผลิตและสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ 3. การตลาดที่เข้าถึงทั้งในและต่างประเทศพร้อมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ 4. ภาวะผู้นำของประธานกลุ่มที่มีคุณธรรมและความสามารถในการบริหารและแก้ปัญหา 5. การมีส่วนร่วมของสมาชิกที่ส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นและพัฒนากลุ่มร่วมกัน 6. สวัสดิการสมาชิกที่ให้ความช่วยเหลือในยามจำเป็น และ 7. การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งรวมถึงการประสานงานกับภาครัฐและองค์กรอื่น ๆ เพื่อขอรับเงินทุนและโอกาสทางการตลาด

ด้านปัจจัยภายนอกองค์กร

ภรณ์ หลาวทอง (2559) ศึกษาเรื่อง ตัวแบบการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายในประเทศไทย พบว่า ทรัพยากรพื้นฐาน ระบบการทำงาน และบทบาทของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้ ความสามารถทางการแข่งขันยังมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรเช่นกัน

ศิวกร อนันธิ์ (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เช่น อิสระในการบริหาร นวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความสามารถในการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุก ส่งผลต่อความได้เปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรีอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี ก็มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเหล่านี้ สุดท้ายนี้ ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในจังหวัดราชบุรีอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน

ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน

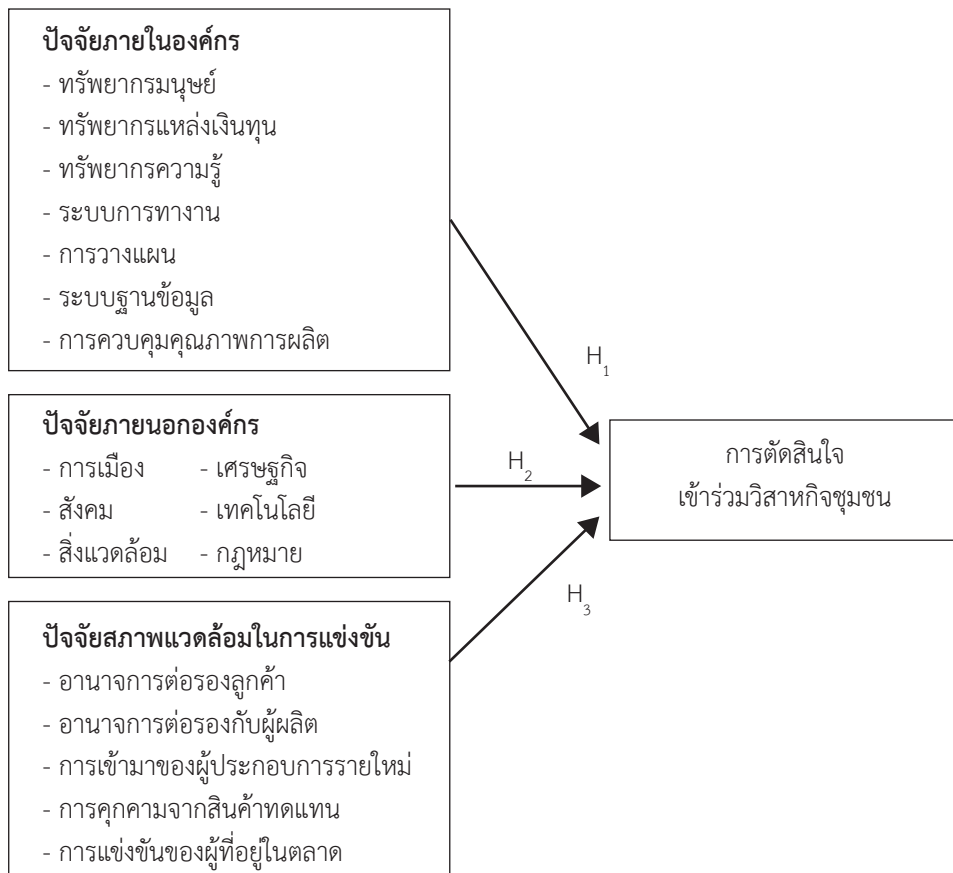
สุจิตตา หงษ์ทอง (2562) ศึกษาเรื่อง โขอุปทานปลาของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลและต้นทุนต่อหน่วย กรณีศึกษา อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบโขอุปทานปลานิลอำเภอฟานประกอบด้วย ผู้จำหน่ายปัจจัยทางการผลิต เช่น ลูกปลา อาหารปลา อุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตจะมีการส่งผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสหกรณ์ ซึ่งเป็นตัวกลางในการพักสินค้าเช่น อาหารปลา ลูกปลาไว้ที่กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน สหกรณ์ ก่อนจำหน่ายให้กับเกษตรกรและทำการพยากรณ์ปริมาณของวัตถุดิบต่าง ๆ จากปริมาณการเลี้ยงของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน สหกรณ์ เกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลดำเนินการเลี้ยงตามปริมาณและขนาดของบ่อที่ตัวเองมีอยู่ เมื่อปลานิลครบระยะเวลาการเลี้ยงและมีขนาดตามที่กำหนดเกษตรกรทำการแจ้งไปยังหัวหน้ากลุ่มของตนให้นำปลาขึ้นจากบ่อ กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน สหกรณ์ จะมีรถขนปลา มีคนเอาปลาออกจากบ่อ เมื่อนำปลาออกจากบ่อทำการชั่งน้ำหนักแล้วเสร็จ ทางกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน สหกรณ์ จะนำปลาไปจำหน่ายให้กับลูกค้าปลายทางที่อยู่จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน สหกรณ์ นั้นจะเป็นผู้จัดการจัดการส่วนของต้นน้ำและปลายน้ำให้กับสมาชิกทั้งหมด แต่ถ้าเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลไม่ได้เป็นสมาชิกต้องหาปัจจัยการผลิตและหาตลาดจำหน่ายปลาด้วยตนเอง ซึ่งความสามารถของเกษตรกรนั้นไม่มีความสามารถที่จะหาตลาดได้ จึงต้องเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน สหกรณ์ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญในการลดความเสี่ยงและอุปสรรคในด้านการจัดหาต้นทุนและการเข้าถึงตลาดสำหรับเกษตรกร การบริหารจัดการในส่วนของต้นน้ำและปลายน้ำช่วยสร้างความสะดวกและเสริมความสามารถในการแข่งขันให้กับเกษตรกร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลในจังหวัดเชียงราย ครั้งนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร และสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



H₁: ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

H₂: ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

H₃: ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการแข่งขันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

วิธีดำเนินงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจดทะเบียนในจังหวัดเชียงราย โดยในการศึกษานี้ผู้วิจัยทราบข้อมูลที่แน่ชัดเฉพาะจำนวนของกลุ่มวิสาหกิจที่จดทะเบียนในเชียงราย แต่ไม่ทราบจำนวนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลที่เป็นสมาชิก ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1977) ซึ่งใช้ในกรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรที่แน่ชัดที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

คำนวณขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

n = ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

(ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$)

แทนค่าสูตรได้ ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385 \text{ ราย}$$

คำนวณขนาดตัวอย่างได้ เท่ากับ 385 คน ทั้งนี้ เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่จะใช้เท่ากับ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยไม่จำสถานภาพ และวิสาหกิจชุมชนที่สังกัด โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย ดังนี้

1. การสร้างแบบสอบถาม โดยการศึกษา ค้นคว้างานวิจัย และเอกสารที่ข้องกับการวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่ของงานวิจัย
3. นำส่งแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของข้อความของแบบสอบถาม
4. ทำการแก้ไขแบบสอบถามและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากที่ปรึกษา
5. สรุปรูปแบบแบบสอบถามที่มีการแก้ไขแล้ว
6. ทำการทดสอบการตอบแบบสอบถามเบื้องต้น จำนวน 30 คน
7. สรุปรูปแบบการตอบแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ผลเบื้องต้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบแบบสอบถามได้โดยไม่มีข้อสงสัย

เนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด (วรวิธ ไกยสิทธิ์, 2562) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) เลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปริมาณบ่อดินที่ใช้ในการเลี้ยงปลานิล ระยะเวลาที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบแบบประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งวัดข้อมูลในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านทรัพยากรแหล่งเงินทุน ด้านทรัพยากรความรู้ ด้านระบบการทำงาน ด้านการวางแผน ด้านระบบฐานข้อมูล และด้านระบบการควบคุมคุณภาพการผลิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจ โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบแบบประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งวัดข้อมูลในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ประกอบด้วย ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านกฎหมาย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบแบบประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งวัดข้อมูลในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ประกอบด้วย อำนาจต่อรองพ่อค้าคนกลาง การต่อรองกับผู้ผลิต การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน และการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ชุมชน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) ออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นการวัดระดับข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ประกอบด้วย ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร และปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้เลี้ยงปลาในจังหวัดเชียงราย ข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 60 วัน ในเดือนกันยายน ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2567
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ วารสาร บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยต่าง ๆ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความตรง (Validity) และความเที่ยงหรือความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. การทดสอบหาค่าความตรง (Validity)

ในการตรวจสอบค่าความตรงหรือความถูกต้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเน้นความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาในแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา และมีกระบวนการตรวจสอบเริ่มจากการนำแบบสอบถามเสนอขออาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์พิจารณาความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา รวมถึงความถูกต้องและความชัดเจนของคำถาม จากนั้นผู้วิจัยทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสมก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง

2. การทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ในการตรวจสอบค่าความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่ใช้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามสมบูรณ์แล้วไปทดสอบกับตัวอย่างที่ไม่ใช่ประชากร สำหรับงานวิจัยนี้จำนวน 30 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้

มาคำนวณค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมในการวัดความเชื่อมั่นเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยทั่วไปหากค่าผลลัพธ์มีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จะถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้ สำหรับแบบสอบถามชุดนี้มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.969

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ตัวแปรด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ปริมาณบ่อดินที่ใช้ในการเลี้ยงปลานิล และระยะเวลาในการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ซึ่งข้อมูลดังกล่าววัดด้วยมาตราวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) เนื่องจากข้อมูลไม่สามารถแปลงเป็นมูลค่าเชิงปริมาณได้ และการวิเคราะห์เน้นเพียงการบรรยายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสมสำหรับการอธิบายข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการแจกแจงข้อมูลในแต่ละกลุ่ม รวมถึงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) คะแนนต่ำสุด (Minimum) และคะแนนสูงสุด (Maximum)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) วิเคราะห์ในลักษณะของการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 3 ตัว ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน ซึ่งตัวแปรอิสระเหล่านี้ถูกวัดด้วยมาตราวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระดังกล่าวมีผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ การวิเคราะห์ที่เหมาะสม คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เนื่องจากเป็นวิธีทางสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตามตัวเดียว

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ปริมาณบ่อดินที่ใช้ในการเลี้ยงปลานิล และระยะเวลาการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนเพศชายร้อยละ 50.50 และเพศหญิงร้อยละ 49.50 ซึ่งใกล้เคียงกัน

ในด้านอายุ ผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 51 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.30 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 ช่วงอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.80 ช่วงอายุ 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.80 ช่วงอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.50 และน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.80

สำหรับระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยม คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 29.50 และมัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 28.70

ในส่วนของรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมา คือ ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.80 รายได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.80 และมากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00

สำหรับปริมาณบ่อดินที่ใช้ในการเลี้ยงปลานิล พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ 4-6 บ่อ คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมา คือ 1-3 บ่อ คิดเป็นร้อยละ 30.30 7-9 บ่อ คิดเป็นร้อยละ 20.50 10-12 บ่อ คิดเป็นร้อยละ 8.00 13-15 บ่อ คิดเป็นร้อยละ 2.80 และมากกว่า 15 บ่อ คิดเป็นร้อยละ 2.80

สุดท้าย ในส่วนของระยะเวลาการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมา 4-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.30 รองลงมา คือ 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.80 มากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.30 น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.50 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.30 และ 2-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.00

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

H_0 : ปัจจัยภายในองค์กรไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

H_1 : ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์สรุปแบบจำลองการถดถอยพหุคูณของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			
					F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.835	.698	.692	.26889	129.312	7	392	.000

จากตารางที่ 1 ข้างต้น ค่า R เท่ากับ 0.835 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ซึ่งมีค่าขนาดความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.835 และค่า R² เท่ากับ 0.698 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ได้ร้อยละ 69.80

ตารางที่ 2

ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของแบบจำลองการถดถอยพหุคูณของปัจจัยภายในองค์กรที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	65.446	7	9.349	129.312***	.000
Residual	28.342	392	.072		
Total	93.789	399			

หมายเหตุ. ***มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 2 ข้างต้น พบว่า แสดงผลการวิเคราะห์ ANOVA เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญของแบบจำลองการถดถอย พบว่า แบบจำลองซึ่งประกอบด้วย 7 ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยภายในองค์กร) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม (การตัดสินใจ) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า F เท่ากับ 129.312 และระดับนัยสำคัญ Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .001 แสดงว่า แบบจำลองมีความเหมาะสมอย่างยิ่ง และตัวแปรอิสระรวมกันสามารถทำนายการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายในองค์กรที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model	Coefficients						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.720	0.087		8.296***	.000		
ระบบการทำงาน (X_1)	0.098	0.018	0.166	5.444***	.000	0.828	1.21
ทรัพยากรมนุษย์ (X_2)	0.159	0.017	0.283	9.085***	.000	0.793	1.26
ทรัพยากรแหล่งเงินทุน (X_3)	0.074	0.018	0.126	4.225***	.000	0.873	1.15
ทรัพยากรความรู้ (X_4)	0.132	0.017	0.234	7.601***	.000	0.816	1.23
ระบบการวางแผน (X_5)	0.124	0.016	0.226	7.499***	.000	0.847	1.18
ระบบฐานข้อมูล (X_6)	0.095	0.017	0.170	5.457***	.000	0.795	1.26
ระบบควบคุมคุณภาพการผลิต (X_7)	0.101	0.018	0.172	5.581***	.000	0.815	1.23

หมายเหตุ. ***มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 3 ข้างต้น แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุระหว่างปัจจัยภายในองค์กรและการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายในองค์กรทั้ง 7 ด้าน มีค่า Beta โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ทรัพยากรมนุษย์ (X_2) = 0.283 ทรัพยากรความรู้ (X_4) = 0.234 ระบบการวางแผน (X_5) = 0.226 ระบบควบคุมคุณภาพการผลิต (X_7) = 0.172 ระบบฐานข้อมูล (X_6) = 0.170 ระบบการทำงาน (X_1) = 0.166 และทรัพยากรแหล่งเงินทุน (X_3) = 0.126 ซึ่ง Beta เป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ถ้าหากค่า Beta เป็นบวก จะหมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เมื่อตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ตัวแปรตามก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนค่า Beta ที่เป็นลบ หมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม เมื่อตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ตัวแปรตามจะลดลง และค่า Beta ที่เป็นศูนย์ หมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กัน การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.283(X_2) + 0.234(X_4) + 0.226(X_5) + 0.172(X_7) + 0.170(X_6) + 0.166(X_1) + 0.126(X_3)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.720 + 0.159(\text{ทรัพยากรมนุษย์}) + 0.132(\text{ทรัพยากรความรู้}) + 0.124(\text{ระบบการวางแผน}) + 0.101(\text{ระบบควบคุมคุณภาพการผลิต}) + 0.095(\text{ระบบฐานข้อมูล}) + 0.098(\text{ระบบการทำงาน}) + 0.074(\text{ทรัพยากรแหล่งเงินทุน})$$

จากสมการดังกล่าว สามารถเขียนอธิบายได้ ดังนี้

องค์ประกอบด้านทรัพยากรมนุษย์ (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.283 หน่วย องค์ประกอบด้านทรัพยากรความรู้ (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.234 หน่วย

องค์ประกอบด้านระบบการวางแผน (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.226 หน่วย

องค์ประกอบด้านระบบควบคุมคุณภาพการผลิต (X_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.172 หน่วย

องค์ประกอบด้านระบบฐานข้อมูล (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.170 หน่วย

องค์ประกอบด้านระบบการทำงาน (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.166 หน่วย

องค์ประกอบด้านทรัพยากรแหล่งเงินทุน (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.126 หน่วย

ดังนั้น สามารถสรุปสมมติฐานข้อ 1 ได้ว่า ปัจจัยภายในองค์กรทั้ง 7 ด้านข้างต้นนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

H_0 : ปัจจัยภายนอกองค์กรไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

H_1 : ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

ตารางที่ 4

ผลการวิเคราะห์สรุปแบบจำลองการถดถอยพหุคูณของปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			
					F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.815	.664	.659	.28322	129.375	6	393	.000

จากตารางที่ 4 ข้างต้น ค่า R เท่ากับ 0.815 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ซึ่งมีค่าขนาดความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.815 และค่า R^2 เท่ากับ 0.664 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ได้ร้อยละ 66.40

ตารางที่ 5

ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของแบบจำลองการถดถอยพหุคูณของปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	62.265	6	10.378	129.375***	.000
Residual	31.524	393	.080		
Total	93.789	399			

หมายเหตุ. ***มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 5 ข้างต้น แสดงผลการวิเคราะห์ ANOVA เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญของแบบจำลองการถดถอย พบว่า แบบจำลอง ซึ่งประกอบด้วย 6 ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยภายนอกองค์กร) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม (การตัดสินใจ) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า F เท่ากับ 129.375 และระดับนัยสำคัญ Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่า .001 แสดงว่า แบบจำลองมีความเหมาะสมอย่างยิ่งและตัวแปรอิสระรวมกันสามารถทำนายการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Coefficients							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.658	0.097		6.796***	.000		
ด้านการเมือง(X_1)	0.091	0.018	0.152	5.031***	.000	0.933	1.072
ด้านเศรษฐกิจ(X_2)	0.105	0.019	0.174	5.685***	.000	0.915	1.093
ด้านสังคม(X_3)	0.115	0.019	0.192	6.165***	.000	0.880	1.137
ด้านเทคโนโลยี(X_4)	0.181	0.018	0.320	10.195***	.000	0.866	1.154
ด้านสิ่งแวดล้อม(X_5)	0.144	0.017	0.265	8.455***	.000	0.869	1.15
ด้านกฎหมาย(X_6)	0.162	0.018	0.290	9.176***	.000	0.855	1.17

หมายเหตุ. ***มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 6 ข้างต้น แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุระหว่างปัจจัยภายนอกองค์กร และการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรทั้ง 6 ด้าน มีค่า Beta โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านเทคโนโลยี (X_4) = 0.320 ด้านกฎหมาย (X_6) = 0.290 ด้านสิ่งแวดล้อม (X_5) = 0.265 ด้านสังคม (X_3) = 0.192 ด้านเศรษฐกิจ (X_2) = 0.174 และด้านการเมือง (X_1) = 0.152 ซึ่ง Beta เป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ถ้าหากค่า Beta เป็นบวก จะหมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เมื่อตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ตัวแปรตามก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนค่า Beta ที่เป็นลบ หมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม เมื่อตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ตัวแปรตามจะลดลง และค่า Beta ที่เป็นศูนย์ หมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กัน การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.320(X_4) + 0.290(X_6) + 0.265(X_5) + 0.192(X_3) + 0.174(X_2) + 0.152(X_1)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.658 + 0.181(\text{เทคโนโลยี}) + 0.162(\text{กฎหมาย}) + 0.144(\text{สิ่งแวดล้อม}) + 0.115(\text{สังคม}) + 0.105(\text{เศรษฐกิจ}) + 0.091(\text{การเมือง})$$

จากสมการดังกล่าว สามารถเขียนอธิบายได้ ดังนี้

องค์ประกอบเทคโนโลยี (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.320 หน่วย

องค์ประกอบกฎหมาย (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.290 หน่วย

องค์ประกอบสิ่งแวดล้อม (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.265 หน่วย

องค์ประกอบสังคม (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.192 หน่วย

องค์ประกอบเศรษฐกิจ (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.174 หน่วย

องค์ประกอบการเมือง (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.152 หน่วย

ดังนั้น สามารถสรุปสมมติฐานข้อ 2 ได้ว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรทั้ง 6 ด้านข้างต้นนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

สมมติฐานข้อ 3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการแข่งขันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

H_0 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

H_1 : ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

ตารางที่ 7

ผลการวิเคราะห์รูปแบบจำลองการถดถอยพหุคูณของปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			
					F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.838	.703	.699	.26602	186.274	5	394	.000

จากตารางที่ 7 ข้างต้น ค่า R เท่ากับ 0.838 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ซึ่งมีค่าขนาดความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.838 และค่า R^2 เท่ากับ 0.703 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ได้ร้อยละ 70.30

ตารางที่ 8

ผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของแบบจำลองการถดถอยพหุคูณของปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	65.908	5	13.182	186.274	.000
Residual	27.881	394	.071		
Total	93.789	399			

หมายเหตุ. ***มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 8 ข้างต้น แสดงผลการวิเคราะห์ ANOVA เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญของแบบจำลองการถดถอย พบว่า แบบจำลองซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ 5 ตัว (ปัจจัยสภาพแวดล้อม) สามารถอธิบายความแปรปรวน (การตัดสินใจ) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า F เท่ากับ 186.274 และระดับนัยสำคัญ Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.001 แสดงว่า แบบจำลองมีความเหมาะสมอย่างยิ่ง และตัวแปรอิสระรวมกันสามารถทำนายการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 9

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Coefficients							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.889	0.078		11.342	.000		
อำนาจต่อรองพ่อค้าคนกลาง (X_1)	0.148	0.016	0.271	9.186	.000	0.868	1.152
อำนาจต่อรองผู้ผลิต (X_2)	0.128	0.017	0.222	7.436	.000	0.846	1.181
การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (X_3)	0.128	0.018	0.223	7.306	.000	0.811	1.233
การคุกคามจากสินค้าทดแทน (X_4)	0.138	0.017	0.242	7.926	.000	0.808	1.237
การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด (X_5)	0.176	0.016	0.331	10.864	.000	0.813	1.23

หมายเหตุ. ***มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 9 ข้างต้น แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันและการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันทั้ง 5 ด้าน มีค่า Beta โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด (X_5) = 0.331 อำนาจการต่อรองพ่อค้าคนกลาง (X_1) = 0.271 การคุกคามจากสินค้าทดแทน (X_4) = 0.242 การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (X_3) = 0.223 และอำนาจต่อรองผู้ผลิต (X_2) = 0.222 ซึ่ง Beta เป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ถ้าหากค่า Beta เป็นบวก จะหมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เมื่อตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ตัวแปรตามก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนค่า Beta ที่เป็นลบ หมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม เมื่อตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ตัวแปรตามจะลดลง และค่า Beta ที่เป็นศูนย์ หมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กัน การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.331(X_5) + 0.271(X_1) + 0.242(X_4) + 0.223(X_3) + 0.222(X_2)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.889 + 0.176(\text{การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด}) + 0.148(\text{อำนาจต่อรองพ่อค้าคนกลาง}) + 0.138(\text{การคุกคามจากสินค้าทดแทน}) + 0.128(\text{การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่}) + 0.128(\text{อำนาจต่อรองผู้ผลิต})$$

จากสมการดังกล่าว สามารถเขียนอธิบายได้ ดังนี้

องค์ประกอบการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.331 หน่วย

องค์ประกอบอำนาจการต่อรองพ่อค้าคนกลาง (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.271 หน่วย

องค์ประกอบการคุกคามจากสินค้าทดแทน (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.242 หน่วย

องค์ประกอบการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.223 หน่วย

องค์ประกอบอำนาจต่อรองผู้ผลิต (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล 0.222 หน่วย

ดังนั้น สามารถสรุปสมมติฐานข้อ 2 ได้ว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันทั้ง 5 ด้านข้างต้นนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลในจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 10

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล	
1. ระบบการทำงาน	ยอมรับสมมติฐาน
2. ทรัพยากรมนุษย์	ยอมรับสมมติฐาน
3. ทรัพยากรแหล่งเงินทุน	ยอมรับสมมติฐาน
4. ทรัพยากรความรู้	ยอมรับสมมติฐาน
5. ระบบการวางแผน	ยอมรับสมมติฐาน
6. ระบบฐานข้อมูล	ยอมรับสมมติฐาน
7. ระบบควบคุมคุณภาพการผลิต	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล	
1. การเมือง	ยอมรับสมมติฐาน
2. เศรษฐกิจ	ยอมรับสมมติฐาน
3. สังคม	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 10 (ต่อ)

สมมุติฐาน	ผลการทดสอบสมมุติฐาน
สมมุติฐานข้อ 2 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล	
4. เทคโนโลยี	ยอมรับสมมุติฐาน
5. สิ่งแวดล้อม	ยอมรับสมมุติฐาน
6. กฎหมาย	ยอมรับสมมุติฐาน
สมมุติฐานข้อ 3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการแข่งขันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล	
1. อำนาจต่อรองพ่อค้าคนกลาง	ยอมรับสมมุติฐาน
2. อำนาจต่อรองผู้ผลิต	ยอมรับสมมุติฐาน
3. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่	ยอมรับสมมุติฐาน
4. การคุกคามจากสินค้าทดแทน	ยอมรับสมมุติฐาน
5. การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด	ยอมรับสมมุติฐาน

จากตารางที่ 10 ข้างต้น สามารถสรุปผลการทดสอบสมมุติฐานได้ว่า

สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยภายในองค์กร ประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรแหล่งเงินทุน ทรัพยากรความรู้ ระบบการทำงาน การวางแผน ระบบฐานข้อมูล และระบบการควบคุมคุณภาพการผลิต ทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยภายนอกองค์กร ประกอบด้วย การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย ทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมุติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน ประกอบด้วย อำนาจต่อรองพ่อค้าคนกลาง การต่อรองกับผู้ผลิต การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน และการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด ทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

1. ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

จากผลการศึกษา ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 พบว่า ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรแหล่งเงินทุน ทรัพยากรความรู้ ระบบการทำงาน การวางแผน ระบบฐานข้อมูล และระบบการควบคุมคุณภาพการผลิต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนพงษ์ อารณพิศาล (2560) ที่ระบุว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนและการวางแผนมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิผล

ของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะการปฏิบัติงานที่ต้องอาศัยระบบการจัดการและการควบคุมที่ดี อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้ยังเสริมให้เห็นว่า ปัจจัยทรัพยากร เช่น ทรัพยากรความรู้และระบบฐานข้อมูล มีบทบาทสำคัญเช่นกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติยา ฤทธิภักดี และนวรรณ์ ลิ้มสกุล (2567) ที่ระบุว่า ปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม (ดาหลาปาเต๊ะ) ตำบลควนสตอ อำเภอควนโดน จังหวัดสตูล มี 7 ด้านหลัก ได้แก่ 1. การบริหารจัดการที่มีแผนดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและโครงสร้าง แบ่งหน้าที่ชัดเจน การเงินและบัญชีที่โปร่งใสและเป็นระบบ 2. การผลิตที่มีการวางแผนการผลิตและสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ 3. การตลาดที่เข้าถึงทั้งในและต่างประเทศพร้อมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ 4. ภาวะผู้นำของประธานกลุ่มที่มีคุณธรรมและความสามารถในการบริหารและแก้ปัญหา 5. การมีส่วนร่วมของสมาชิกที่ส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นและพัฒนากลุ่มร่วมกัน 6. สวัสดิการสมาชิกที่ให้ความช่วยเหลือในยามจำเป็น และ 7. การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งรวมถึงการประสานงานกับภาครัฐและองค์กรอื่น ๆ เพื่อขอรับเงินทุนและโอกาสทางการตลาด

2. ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

จากผลการศึกษา ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 พบว่า การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภรณ์ หลาวทอง (2559) ที่ระบุว่า บทบาทของภาครัฐและทรัพยากรพื้นฐานจากภายนอกมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร รวมถึงด้านเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ที่องค์กรวิสาหกิจชุมชนต้องพัฒนาความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายในสิ่งแวดล้อม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวกร อโนริย์ (2564) ที่กล่าวว่า ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน โดยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของทั้งโอกาสและความเสี่ยง ดังนั้นการวิเคราะห์ปัจจัยดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจแนวโน้มที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผ่านการปรับตัวให้เหมาะสมและลดผลกระทบจากภัยคุกคาม นอกจากนี้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกยังช่วยให้ มองเห็นโอกาสและภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น เช่น การขยายตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ ตลอดจนการรับมือกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล

จากผลการศึกษา ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 พบว่า ประกอบด้วย อำนาจการต่อรองพ่อค้าคนกลาง การต่อรองกับผู้ผลิต การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน และการแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตตา หงษ์ทอง (2562) ที่แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญในการลดความเสี่ยงและอุปสรรคในด้านการจัดหาต้นทุนและการเข้าถึงตลาดสำหรับเกษตรกร การบริหารจัดการในส่วนของการต้นทุนและปลายน้ำช่วยสร้างความสะดวกและเสริมความสามารถในการแข่งขันให้กับเกษตรกร

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. วิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลสามารถนำผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยภายในเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรได้ ตัวอย่างเช่น

1.1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรมีการฝึกอบรมเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างทักษะความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการและการผลิต

1.2 การสนับสนุนด้านเงินทุน จัดหาช่องทางการสนับสนุนด้านเงินทุน เช่น การให้สินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยต่ำ หรือการจัดตั้งกองทุนภายในวิสาหกิจชุมชน

1.3 การปรับปรุงระบบการทำงานและการวางแผน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการวางแผนงานและระบบฐานข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

1.4 การควบคุมคุณภาพการผลิต จัดตั้งมาตรฐานการผลิตที่ชัดเจนและตรวจสอบได้ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และสร้างความพึงพอใจให้กับตลาด

2. วิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลสามารถนำผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยภายนอกเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรได้ ตัวอย่างเช่น

2.1 การปรับตัวตามปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเมือง วิสาหกิจชุมชนควรติดตามข้อมูลทางเศรษฐกิจและนโยบายการเมืองที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

2.2 การสนับสนุนทางกฎหมายและสิ่งแวดล้อม ปรับตัวตามนโยบายรัฐหรือกฎหมายที่สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน เช่น มาตรการลดภาษี หรือการจัดสรรพื้นที่ผลิตที่เหมาะสม

2.3 การนำเทคโนโลยีมาใช้ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การตลาดออนไลน์ เพื่อขยายตลาดและเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน

3. วิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลสามารถนำผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการแข่งขันเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรได้ ตัวอย่างเช่น

3.1 การสร้างความสัมพันธ์กับพ่อค้าคนกลาง วิสาหกิจชุมชนร่วมมือและเจรจาเงื่อนไขการซื้อขายที่เป็นธรรมกับพ่อค้าคนกลางในการรับซื้อปลานิลหน้าบ่อ ทั้งราคาและปริมาณปลาในแต่ละวัน

3.2 การสร้างความแตกต่างในสินค้า เพิ่มการพัฒนาสินค้าแปรรูปจากปลานิลที่แปลกใหม่เพื่อเป็นทางเลือกให้กับเกษตรกร เช่น คอนเฟล็กจากปลานิล

3.3 การส่งเสริมความร่วมมือในชุมชน สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างวิสาหกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในตลาด

ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ระบบบริหารจัดการฟาร์มอัจฉริยะ การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในตลาดเกษตรและนวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ปัจจัยดังกล่าวอาจช่วยเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และส่งเสริมการบริหารจัดการฟาร์มที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกร เพื่อระบุเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของเกษตรกร และเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ของวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

2. ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงสภาพแวดล้อมการแข่งขันของเกษตรกรประเภทต่าง ๆ เช่น ผู้ปลูกพืชเศรษฐกิจ (ข้าว ข้าวโพด กาแฟ) และผู้เลี้ยงสัตว์ประเภทอื่น (ไก่ หมู โค กระบือ) เพื่อขยายการศึกษาไปยังเกษตรกรประเภทอื่น ช่วยให้เห็นภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการเข้า

ร่วมวิสาหกิจชุมชนในบริบทที่แตกต่างกัน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในระดับที่กว้างขึ้น

3. ศึกษาผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคม เช่น การเพิ่มรายได้หรือการลดต้นทุนหลังจากเกษตรกรเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน การสร้างความสามัคคีในชุมชน หรือการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร เพื่อประเมินว่าการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินกิจการทางการเกษตรของเกษตรกรอย่างไร และเสนอแนวทางพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว

รายการอ้างอิง

- กิตติยา ฤทธิภักดี และนวรรตน์ ลิ้มสกุล. (2567). ปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิม (ตาหลาปาเต๊ะ) ตำบลควนสตอ อำเภอควนโดน จังหวัดสตูล. *วารสารมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(9), 199-210. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/280726>
- ชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางของประเทศไทย [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม]. ฐานข้อมูลงานวิจัย มหาวิทยาลัยสยาม. <https://e-research.siam.edu/kb/factors-affecting-effective-management/>
- ทวีพล นิลบำรุง. (2557). *การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกในการจัดการธุรกิจ*. ธุรกิจ.
- ปรีดา กล้าประเสริฐ. (2553). อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต, มหาวิทยาลัยปทุมธานี]. มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- ภรณ์ หลาวทอง. (2559). ตัวแบบการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายในประเทศไทย [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม]. คลังข้อมูลสถาบันมหาวิทยาลัยศรีปทุม. <https://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/5453>
- รศนา อึ้งชะกิจ. (2537). *กระบวนการแก้ปัญหาและตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรวิทย์ ไทยสิทธิ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลน้ำเกีฮิน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน [การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMUDC. <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:143585>
- ศิวกร อโนริย์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace JSPUI. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/3586>
- สนิทเดช จินตนา และธีระพงษ์ ภูริปาณิก. (2563). ปัญหา ข้อจำกัดและแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*, 12(3), 179-193. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/polscilaw_journal/article/view/256808
- สุจิตตา หงษ์ทอง, สมควร สงวนแพ่ง, ณัฐกานต์ ธรรมอุโมงค์, คณฉัตร เนตรธิดา, และธัญวิษณุ วันดี. (2562). ใช้อุปทานปลาของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลและต้นทุนต่อหน่วย: กรณีศึกษาอำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 16(1), 180-199. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journalmbmsmut/article/view/206397>

- Ahmed, Z. U., Julian, C. C., Mohamad, O., & Tooksoon, P. (2012). The empirical link between resources, networks and export marketing performance and the implications for developing countries. *Journal of Transnational Management*, 17(1), 63-88. <https://doi.org/10.1080/15475778.2012.650125>
- Almor, T., & Hashai, N. (2004). The competitive advantage and strategic configuration of knowledge-intensive, small-and medium-sized multinationals: A modified resource-based view. *Journal of International Management*, 10(4), 479-500. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2004.08.002>
- Amit, R., & Schoemaker, P. J. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33-46. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140105>
- Andersen, J., & Bøllingtoft, A. (2011). *Resource-based theory and organizational capabilities*. Academic Press.
- Barnard, C. I. (1968). *The functions of the executive* (13th ed.). Harvard university press. <https://shorturl.asia/mtE4V>
- Barney, J. B. (2012). *Gaining and sustaining competitive advantage* (4th ed.). Pearson Education. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292034683_A24589379/preview-9781292034683_A24589379.pdf
- Chamberlin, E., & Robinson, R. (1930s). *The theory of monopolistic competition and resource allocation*. Harvard University Press.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Kohtamäki, M., Kraus, S., Mäkelä, M., & Rönkkö, M. (2012). The role of personnel commitment to strategy implementation and organisational learning within the relationship between strategic planning and company performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(2), 159-178. <https://doi.org/10.1108/13552551211204201>
- Penrose, E. T. (1995). *The theory of the growth of the firm*. Oxford University Press. <https://shorturl.asia/NdRQo>
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2477960>

กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาล ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41

Human resources management strategies under good governance Principle of Border Patrol Police Sub-Division 41

Received: January 24, 2025

Revised: April 9, 2025

Accepted: April 9, 2025

กุลนริศน์ นวมมณีรัตน์*

Kunnarist Nuammaneerat*

สุชาติ อุดลย์บุตร**

Suchart Adulbutra**

บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ***

Bampen Maitreesophon***

*, **, ***คณะรัฐประศาสนศาสตร์และสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด เพชรบุรี

*, **, *** Faculty of Public Administration and Social Studies, Stamford International University, Phetchaburi

*Email: kunnarist.nua@gmail.com

**Email: suchart_army@hotmail.com

***Email: bampen.maitreesophon@stamford.edu.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 2. เปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล 3. ศึกษาหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 และ 4. เสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการตำรวจของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 จำนวน 314 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 9 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า 1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 อยู่ในระดับมากที่สุด 2. ส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3. หลักธรรมาภิบาลมีผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า หน่วยงานควรสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ควรได้รับการสนับสนุนงบประมาณ บุคลากร และเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และข้าราชการตำรวจควรปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดเพื่อความปลอดภัย

คำสำคัญ: กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาล กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41

Abstract

This mixed-method research aimed 1. to study the level of opinions of human resources management strategies of Border Patrol Police Sub-Division 41, 2. to compare human resources management strategies categorized by personal factors, 3. to study the principles of good governance that affect human resources management of Border Patrol Police Sub-Division 41, and 4. to propose guidelines for improving human resources management strategies in accordance with Good Governance Principles of Border Patrol Police Sub-Division 41. Samples of the quantitative research consisted of 314 police officers of Border Patrol Police Sub-Division 41. Data was analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA and multiple regression analysis. Samples of the qualitative research comprised of 9 key informants. Data was collected through in-depth interview and analyzed by content analysis.

Research result found that: 1. human resources management strategies of Border Patrol Police Sub-Division 41 are rated at the highest level, 2. police officers with different personal factors have different opinions towards human resources management strategies

at the statistically significant, 3. there are causal relationships between Good Governance Principles and human resources management strategies at the statistically significant, and 4. guidelines for improving human resources management strategies under good governance principles of Border Patrol Police Sub-Division 41 are revealed that the Sub-division 41 should build a good relationship with the community, receive adequate budget, personnel, and technology to perform effective duties. In addition, police officers should perform duties follow rules strictly for safety.

Keywords: Human Resources Management Strategies, Good Governance Principles, Border Patrol Police Sub-division 41

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นกระบวนการที่มีลักษณะต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด ไม่ว่าจะอยู่ในสังคมหรือประเทศใดก็ตาม ย่อมจะมีลักษณะของกระบวนการที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนั้น ๆ (โกวิทย์ พวงงาม, 2562) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลให้เกิดการพัฒนาในหลากหลายด้าน แต่สิ่งที่ท้าทายต่อการพัฒนา คือ “คน” หรือ “ทุนมนุษย์” ซึ่งถือเป็นทุนสังคมที่สำคัญที่สุด และมีบทบาทเป็นทั้งผู้สร้างการพัฒนาและผู้ได้รับผลจากการพัฒนา จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพคนในทุกมิติ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา (ไพรวลัย คำเกิด และคณะ, 2559) ทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญมากกว่าทรัพยากรอื่น ๆ ภายในองค์กร รวมทั้งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า และสามารถเพิ่มมูลค่าเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับองค์กร ดังนั้นการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพจึงก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร (กัญชพร ศรีมณี, 2559) การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้องค์กรมีศักยภาพสูง เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในหลาย ๆ ด้าน การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การวางแผน การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา แรงงานสัมพันธ์ การวัดและประเมินผล การพัฒนาองค์กร และการจัดการคนเก่งในองค์กร เป็นการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์เพื่อก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่วางไว้ (Barney & Wright, 1998) การบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของระบบโครงสร้างและการบริหารองค์กร ซึ่งพบได้ในรูปแบบทั้งขององค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ วิสาหกิจชุมชน และองค์กรไม่มุ่งหวังผลกำไร โดยพบว่า ทรัพยากรมนุษย์ที่อยู่ในองค์กรทั้งหมดที่มาปฏิบัติงานร่วมกันจะต้องมีการวางโครงสร้างในองค์กรให้ชัดเจน และมีส่วนร่วมกันในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ (ภคพร กระจาดทอง และวาสนา จักรแก้ว, 2565)

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นหลักการบริหารการปกครองที่มุ่งประโยชน์สูงสุดของประชาชนและประเทศชาติ โดยยึดหลักเหตุผลและความเป็นธรรม ธรรมาภิบาลเป็นทั้งหลักการและแนวทางสาเหตุสำคัญของปัญหาในการบริหารงานภาครัฐ กล่าวคือ การพัฒนาประเทศไม่สามารถเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้เกิดจากการคอร์รัปชันของผู้ปกครองและเจ้าหน้าที่รัฐ การไม่ยึดกฎหมายเป็นหลักในการปกครอง ประสิทธิภาพในการบริหารงานและการขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน หลักธรรมาภิบาลมี 6 องค์ประกอบ คือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า นอกจากนี้แล้วยังทำให้บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง มีความศรัทธาและเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรนั้น ๆ อันจะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้ยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นการบริหารงานของภาครัฐในทุก ๆ ด้านโดยชอบธรรมและมีประสิทธิภาพ

โดยเน้นการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกส่วนของสังคม เช่น ภาครัฐ เอกชน ประชาชน อย่างจริงจังและต่อเนื่อง (กรรณก เจริญทอง, 2566)

กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 เป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีหน้าที่หลักในการรักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยในพื้นที่ชายแดน รวมถึงการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมข้ามชาติ เช่น การค้ายาเสพติด การค้ามนุษย์ และการข้ามแดนผิดกฎหมาย เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านกระบวนการยุติธรรม กำหนดให้ดำเนินการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแก้ไขปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับ อำนาจหน้าที่ และการกิจของตำรวจให้เหมาะสม และแก้ไขปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของข้าราชการตำรวจให้เกิดประสิทธิภาพ มีหลักประกันว่าข้าราชการตำรวจจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม ได้รับความเป็นธรรมในการแต่งตั้ง และโยกย้าย และการพิจารณาบำเหน็จความชอบตามระบบคุณธรรมที่ชัดเจน ซึ่งในการพิจารณาแต่งตั้งและโยกย้ายต้องคำนึงถึงลำดับอาวุโสและความรู้ความสามารถประกอบกัน เพื่อให้ข้าราชการตำรวจสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ตกอยู่ใต้อาณัติของบุคคลใด มีประสิทธิภาพและภาคภูมิใจในการปฏิบัติหน้าที่ของตน (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2561)

การปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจตระเวนชายแดนเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 20 ปี จึงจำเป็นต้องใช้หลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งจะช่วยให้บุคลากรในองค์กรมีแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่อย่างชัดเจน ปฏิบัติการรักษาความสงบเรียบร้อยตามแนวชายแดน สนับสนุนการปฏิบัติงานหลักให้กับสำนักงานตำรวจแห่งชาติและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพิ่มประสิทธิภาพการช่วยเหลือและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน และการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเป็นเครื่องมือในการบริหารงาน สังการแก้ปัญหา ดูแลสถานการณ์ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อก้าวสู่เป้าหมายหลักขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ดุสิต น้อยชื่น และคณะ, 2557)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41
2. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์

กลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการวางแผนงาน ที่ได้มีการเตรียมชุดการตัดสินใจสำหรับการกระทำในอนาคตด้วยวิธีทางที่ดีที่สุดที่มีการเชื่อมโยงเป้าประสงค์ อันได้แก่ วิสัยทัศน์ (Visions) พันธกิจ (Mission) เป้าหมาย (Objectives) เข้ากับวิธีทาง (Means) และวิธีการ (Method) ที่จะทำให้บรรลุเป้าประสงค์ กลยุทธ์เป็นกระบวนการทางความคิดที่ต้องการเอาชนะเกม หรือความพยายามอื่น ๆ เกี่ยวกับงานหรือการผลิต โดยการประยุกต์ใช้โอกาสและข้อมูลเชิงลึกไม่ซ้ำกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ประเวศน์ มหารัตน์สกุล, 2560)

กลยุทธ์ คือ แผนการ แนวทาง ที่ทำให้เกิดการกระทำเพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมาย หรือความสำเร็จที่ได้ตั้งไว้ อันที่จริงกลยุทธ์มีลักษณะทั้งความเป็นแบบแผน รูปแบบของกิจกรรมบางอย่าง สถานะ ตำแหน่ง หรือมุมมองขององค์กร ความสำคัญของกลยุทธ์ คือ จำเป็นต้องตอบคำถามว่าเราทำไปเพื่ออะไร (What) เราอยู่ที่ไหน (Where) และเราจะไปสู่จุดนั้น ๆ ได้อย่างไร (How) กลยุทธ์จะช่วยให้เราไม่หลงทิศทางที่องค์กรได้ตั้งไว้ (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2563)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือ กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ดำเนินการสรรหาคัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมไปปฏิบัติงานในองค์กร พร้อมทั้งสนใจพัฒนาและธำรงรักษาให้สมาชิกที่ปฏิบัติงานในองค์กรเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีในการทำงาน และยังรวมไปถึงการแสวงหาวิธีการที่ทำให้สมาชิกในองค์กร ที่ต้องพ้นจากการทำงานด้วยเหตุผลภาพเกษียณอายุ หรือเหตุอื่นใดในงาน ให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข (พยอม วงศ์สารศรี, 2542)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการที่ผู้บริหาร ผู้มีหน้าที่เกี่ยวกับงานบุคลากร ร่วมกันใช้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ในการสรรหา การคัดเลือกและรับบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้เข้าปฏิบัติงานในองค์กร พร้อมทั้งดำเนินการธำรงรักษาและพัฒนาให้บุคลากรขององค์กรมีคุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life: QWL) ที่เหมาะสม ตลอดจนเสริมสร้างหลักประกันให้แก่สมาชิกที่ต้องพ้นจากการร่วมงานกับองค์กรให้สามารถดำรงชีวิตได้ในอนาคต (ณัฐพันธุ์ เจริญนันทน์, 2545)

แนวคิดเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล

หลักธรรมาภิบาลหรือการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี เป็นแนวทางในการจัดระเบียบให้สังคมทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชนและภาคประชาชน ครอบคลุมถึงฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายราชการ และฝ่ายธุรกิจ สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข มีความรู้รักสามัคคีและร่วมกันเป็นพลังก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นส่วนเสริมความเข้มแข็งหรือสร้างภูมิคุ้มกันแก่ประเทศ เพื่อบรรเทาป้องกันหรือแก้ไขยิววาทิภัยที่อันตรายที่จะมีมาในอนาคต เพราะสังคมจะรู้สึกถึงความยุติธรรม คุณธรรม ความโปร่งใส การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ และความคุ้มค่า อันเป็นลักษณะสำคัญของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และลักษณะทางการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (องค์การบริหารส่วนตำบลนิคมคำสร้อย, ม.ป.ป.)

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วย หลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ด้วย ในที่นี้จึงขอเสนอหลักธรรมาภิบาลบนหลักการทั้ง 6 หลักการของสถาบันพระปกเกล้า (ถวิลวดี บุรีกุล, 2551) ดังนี้

1. หลักนิติธรรม หมายถึง การตรากฎหมาย กฎ กติกาที่ถูกต้องเป็นธรรม การบังคับใช้เป็นไปตาม กฎ กติกาที่ตกลงกันไว้ คำนึงถึงสิทธิ เสรีภาพ ความยุติธรรมของสมาชิก การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการจัดการที่โปร่งใส ยุติธรรม และมีความรับผิดชอบ
2. หลักคุณธรรม หมายถึง การยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม ส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความซื่อสัตย์ จริใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบอาชีพสุจริต การนำหลักคุณธรรมมาช่วยสร้างวัฒนธรรมที่ดีในองค์กร ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในกระบวนการบริหารจัดการ และส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว โดยสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีทั้งต่อองค์กรและสังคมโดยรวม
3. หลักความโปร่งใส หมายถึง สุจริตไม่คดโกง หรือมีความหมายตรงกันข้ามกับการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นความหมายในเชิงบวก ความโปร่งใสในองค์กร เป็นการดำเนินการอย่างเปิดเผย ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ในทุกกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์กร หรือการตัดสินใจทางนโยบาย

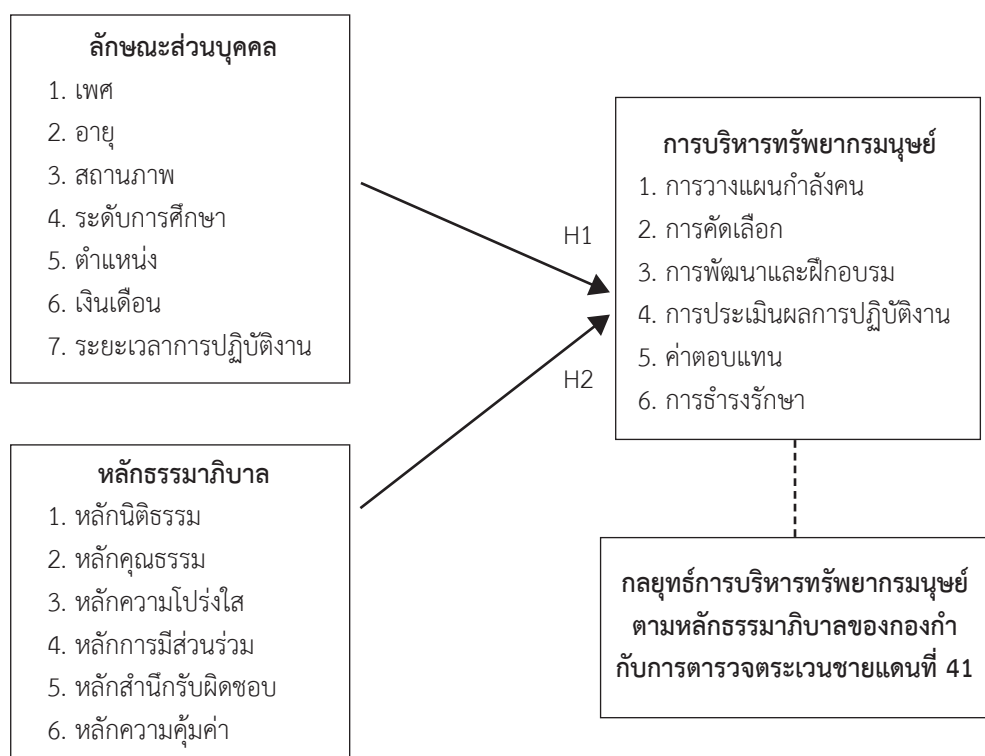
4. หลักการมีส่วนร่วม หมายถึง การให้ประชาชนมีส่วนร่วมในทางการเมืองและทางการบริหาร การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากร การให้ข้อมูลแก่ประชาชน การแสดงความคิดเห็น การให้คำปรึกษา การร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมควบคุมงานสาธารณะ การมีส่วนร่วมในองค์กรเป็นการสร้างความผูกพันให้กับบุคลากร ทำให้รู้สึกว่าคุณค่าของตนเองมีความหมายและถูกนำมาพิจารณา จะเกิดความผูกพันกับองค์กรมากขึ้นและส่งผลให้มีแรงจูงใจในการทำงาน

5. หลักการรับผิดชอบ หมายถึง การตระหนักในสิทธิหน้าที่ สำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจต่อปัญหาสาธารณะ ความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหาสาธารณะ การเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่าง และความกล้าหาญที่จะรับผิดชอบต่อการทำของตน

6. หลักความคุ้มค่า หมายถึง การบริหารจัดการทรัพยากรที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม ใช้อย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ แข่งขันได้ในเวทีโลก และรักษาพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยั่งยืน โดยมุ่งประโยชน์สูงสุด

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองก้ำกับการตรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 หลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองก้ำกับการตรวจตระเวนชายแดนที่ 41

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสานเชิงอธิบาย (Explanatory Sequential Design) ซึ่งเป็นแบบแผนการวิจัยที่มีลักษณะการดำเนินงานวิจัย 2 ระยะ โดยเริ่มต้นการวิจัยเชิงปริมาณก่อน แล้วใช้ผลการวิจัยที่ได้เพื่อพิจารณาคัดเลือกประเด็นสำคัญและผู้ให้ข้อมูล เพื่อใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตามประเภทของการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ สามารถแยกประเภทของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

1. ตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้ได้แก่ ข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ในกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 จำนวน 1,440 คน (กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41, 2567) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดตัวอย่าง 314 คน

2. กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ในกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ใช้หลักการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1. ผู้บังคับหมู่ จำนวน 3 คน 2. ผู้บังคับหมวด/ รองสารวัตร จำนวน 3 คน และ 3. ผู้บังคับกองร้อย/ สารวัตร จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมี 2 ประเภท ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดองค์ประกอบของเครื่องมือ ดังนี้

1. แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล 2. แบบสอบถามเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล และ 3. แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายปิด โดยมีการประเมินค่าแบบ Likert Scale (ศุภจิตา อยู่ถนอม, 2560) คือ มีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างมากที่สุด เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นกับข้อความนั้นเป็นอย่างมากที่สุด

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นกับข้อความนั้นเป็นอย่างมาก

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง ท่านรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความนั้นปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ท่านรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความนั้นน้อย

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ท่านรู้สึกเห็นด้วยกับข้อความนั้นน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์การแบ่งระดับคะแนนของแบบสอบถาม ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายเป็นระดับคะแนนเฉลี่ย โดยมีวิธีคิดช่วงห่างจาก ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

มีระดับความคิดเห็นหรือการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

2. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบปลายเปิด (Open-end Question) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เกี่ยวกับการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย เริ่มเดือนมกราคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2567 รวมระยะเวลา 7 เดือน

การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากทางเอกสาร งานวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางสถิติ โดยทำการศึกษาและสังเคราะห์งานวิจัย 20 เรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งสามารถสรุปได้จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ 1. การวางแผนกำลังคน 2. การคัดเลือก 3. การพัฒนาและฝึกอบรม 4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน 5. ค่าตอบแทน และ 6. การธำรงรักษา

2. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิกับตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ และการสัมภาษณ์สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-out) กับบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกับประชากร และไม่ใช่ตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.917 จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปให้กับตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลและรวบรวมแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว จึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

2.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบปลายเปิด (Open-end Question) เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลในกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 เป็นการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ตำรวจของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 จำนวนทั้งหมด 9 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้กำหนดสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของตัวอย่าง ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพ 4. ระดับการศึกษา 5. ตำแหน่ง 6. เงินเดือน และ 7. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน โดยใช้ร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล ได้แก่ 1. หลักนิติธรรม 2. หลักคุณธรรม 3. หลักความโปร่งใส 4. หลักการมีส่วนร่วม 5. หลักสำนึกรับผิดชอบ และ 6. หลักความคุ้มค่า โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

1.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาลกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดที่แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สำหรับกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถาม แล้วจึงทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบท (Content Analysis Techniques)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปผลตามจุดประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคลของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 249 คน มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพ โสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งผู้บังคับหมู่ มีเงินเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ระยะเวลาปฏิบัติงานไม่เกิน 5 ปี

2. ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. การวางแผนกำลังคน	4.35	0.48	มากที่สุด	1
2. การคัดเลือก	4.31	0.47	มากที่สุด	3
3. การพัฒนาและฝึกอบรม	4.30	0.47	มากที่สุด	4
4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน	4.35	0.47	มากที่สุด	2
5. ค่าตอบแทน	4.27	0.49	มากที่สุด	6
6. การดำรงรักษา	4.28	0.45	มากที่สุด	5
รวม	4.31	0.46	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 ข้างต้น พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 4.31 และ 0.46 โดย 3 ลำดับแรก ได้แก่ การวางแผนกำลังคน ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.48) การประเมินผลการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.47) และด้านการคัดเลือก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.47) ตามลำดับ

3. เปรียบเทียบกิจกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล รายละเอียดดังตารางที่ 2

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน

ตารางที่ 2

เปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	สถิติที่ใช้	Sig.
- เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน	t-test	0.001**
- อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน	One-Way ANOVA	0.000***
- สถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน	t-test	0.000***
- ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน	One-Way ANOVA	0.000***
- ตำแหน่งแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน	One-Way ANOVA	0.000***
- เงินเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน	One-Way ANOVA	0.000***
- ระยะเวลาการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน	One-Way ANOVA	0.017*

*, **, ***แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, 0.01 และ 0.001 ตามลำดับ

จากตารางที่ 2 ข้างต้น พบว่า เพศ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน (Sig = 0.001) โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 4.42 ซึ่งสูงกว่าเพศชายที่มีค่าเฉลี่ย 4.28

อายุ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน จำนวน 4 คู่ ได้แก่ อายุไม่เกิน 20 ปีกับอายุ 31-40 ปี อายุไม่เกิน 20 ปีกับอายุ 41-50 ปี อายุ 21-30 ปีกับอายุ 31-40 ปีและอายุ 21-30 ปีกับอายุ 41-50 ปี

สถานภาพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน (Sig = 0.000) โดยสถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ย 4.54 ซึ่งสูงกว่าสถานภาพโสดที่มีค่าเฉลี่ย 4.27

ระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ ได้แก่ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับการศึกษาระดับปริญญาตรี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และการศึกษาระดับปริญญาตรีกับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตำแหน่ง ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ตำแหน่งผู้บังคับหมู่กับตำแหน่งผู้บังคับหมวด/รองสารวัตร และตำแหน่งผู้บังคับหมู่กับตำแหน่งผู้บังคับกองร้อย/สารวัตร

เงินเดือน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน จำนวน 4 คู่ ได้แก่ เงินเดือนไม่เกิน 20,000 บาทกับเงินเดือน 30,001-40,000 บาท เงินเดือนไม่เกิน 20,000 บาท กับเงินเดือน 40,001-50,000 บาท เงินเดือน 20,001-30,000 บาทกับเงินเดือน 40,001-50,000 บาท และเงินเดือน 30,001-40,000 บาทกับเงินเดือน 40,001-50,000 บาท

ระยะเวลาการปฏิบัติงานที่ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน จำนวน 4 คู่ ได้แก่ ระยะเวลาปฏิบัติงานไม่เกิน 5 ปีกับระยะเวลาปฏิบัติงาน 11-15 ปี ระยะเวลาปฏิบัติงานไม่เกิน 5 ปีกับระยะเวลาปฏิบัติงานมากกว่า 20 ปี ระยะเวลาปฏิบัติงาน 6-10 ปีกับระยะเวลาปฏิบัติงาน 11-15 ปี และระยะเวลาปฏิบัติงาน 6-10 ปีกับระยะเวลาปฏิบัติงานมากกว่า 20 ปี

ในภาพรวมลักษณะบุคคลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1

4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาลกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 รายละเอียดดังตารางที่ 3

สมมติฐานที่ 2 หลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของหลักธรรมาภิบาลที่มีต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41

หลักธรรมาภิบาล	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41					Durbin-Watson	Tolerance	VIF
	B	S.E	β	t	Sig.			
(ค่าคงที่)	1.349	0.169	-	7.990***	0.000	1.782		
1. หลักนิติธรรม	0.240	0.050	0.300	4.785***	0.000		.410	2.441
2. หลักคุณธรรม	0.068	0.053	0.083	1.284	0.200		.381	2.626
3. หลักความโปร่งใส	0.088	0.054	0.106	1.641	0.102		.386	2.592
4. หลักการมีส่วนร่วม	0.099	0.067	0.115	1.489	0.138		.268	3.738
5. หลักสำนึกรับผิดชอบ	0.140	0.060	0.167	2.308*	0.022		.306	3.273
6. หลักความคุ้มค่า	0.054	0.043	0.072	1.280	0.201		.509	1.964
R Square = .507								

*, ** มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ 0.001 ตามลำดับ

จากตารางที่ 3 ข้างต้น ก่อนทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของหลักธรรมาภิบาลกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสถิติ Tolerance และ VIF ในการตรวจสอบลักษณะของภาวะร่วมเส้นตรงพหุคูณ (Multicollinearity) หรือตัวแปรต้นสัมพันธ์กันเองสูงมากเกินไป อาจส่งผลต่อคุณภาพของสมการถดถอย โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ค่า Tolerance ต้องไม่ต่ำกว่า .100 และค่า VIF ต้องมีค่าไม่เกิน 10 ซึ่งตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่เกินเกณฑ์ดังกล่าว จึงไม่เกิดภาวะร่วมเส้นตรงพหุคูณ ตัวแปรหลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักสำนึกรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ได้ร้อยละ 50.7

ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและค่าสัมประสิทธิ์ Beta โดยมีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 อย่างมีนัยสำคัญ เป็นรายด้าน ได้แก่ หลักนิติธรรม (β หลักนิติธรรม = 0.300, $t = 4.785$) และหลักสำนึกรับผิดชอบ (β หลักสำนึกรับผิดชอบ = 0.167, $t = 2.308$) กล่าวคือ หลักนิติธรรมและหลักสำนึกรับผิดชอบมีอิทธิพลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 อย่างมีนัยสำคัญ ($P < 0.05$) และอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ($P < 0.001$) ตามลำดับ

จากตารางที่ 3 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_5x_5$$

$$= 1.349 + 0.240 \text{ (หลักนิติธรรม)} + 0.140 \text{ (หลักสำนึกรับผิดชอบ)}$$

$$Y = \text{การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41}$$

หากพิจารณารายด้านของหลักธรรมาภิบาล ประกอบด้วย หลักนิติธรรม และหลักสำนึกรับผิดชอบ ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2

5. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 จากผลการวิจัยพบว่า หลักนิติธรรมและหลักสำนึกรับผิดชอบมีผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 หลักนิติธรรม หน่วยงานมีกฎ ระเบียบ ข้อปฏิบัติที่ชัดเจนและเหมาะสมกับสถานะในปัจจุบัน เช่น เรื่องการใช้โซเชียลมีเดียอย่างมีสติและอย่าโพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือมีผลกระทบต่อสถานะและชีวิตส่วนตัว รวมถึงการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีความระมัดระวังในการแชร์ข้อมูลหรือเผยแพร่ข่าวสารที่ไม่มั่นคงหรือไม่แน่นอน อาจทำให้เกิดความสับสนหรือการกระทำที่ไม่เหมาะสม หากบุคลากรมีคำถามหรือข้อสงสัยสามารถสอบถามผู้บังคับบัญชาได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีและนำมาซึ่งการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพของบุคลากร บุคลากรต้องมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จตามเวลาที่กำหนด แม้ว่าบางครั้งอาจมีความล่าช้าเนื่องจากงานบางอย่างจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น หากหน่วยงานมีมาตรการสำคัญจะแจ้งให้บุคลากรได้ทราบผ่านทางหนังสือเวียนในแต่ละเดือนของหน่วยงาน

5.2 หลักสำนึกรับผิดชอบ เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ต้องตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากการตัดสินใจของตน และพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อกรณีที่มีความผิดพลาด เจ้าหน้าที่ควรวิเคราะห์และเรียนรู้จากความผิดพลาดหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีกในอนาคต ในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงาน หน่วยงานจะตั้งคณะกรรมการสอบสวนข้อเท็จจริง ตามระเบียบที่กำหนดเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. ระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. การวางแผนกำลังคน แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานที่มีการวางแผนกำลังคนที่มีประสิทธิภาพ ใช้กำลังคนได้เหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน มีกำลังคนที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน และมีระบบข้อมูลกำลังคนที่สมบูรณ์ทันสมัย จะสามารถทำให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ มัธยัสถ์ เหล่าสุรสุนทร และคณะ (2565) เรื่อง ประสิทธิภาพการใช้กรอบอัตรากำลังในการบริหารกำลังคนในสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ปี พ.ศ. 2560-2564 พบว่า กรอบอัตรากำลังของสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขปี พ.ศ. 2560-2564 มีประโยชน์ที่ช่วยในการวางแผนกำลังคนของสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขให้มีความเหมาะสมกับหน่วยบริการแต่ละระดับ และใช้วางแผนความก้าวหน้าของบุคลากรในการกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้นวางแผนอบรมและพัฒนากำลังคน สาธารณสุข และใช้เป็นข้อมูลประกอบการขออัตราตั้งใหม่เพื่อทดแทนบุคลากรที่ขาดแคลน และมีความจำเป็นต่อระบบบริการสุขภาพ

2. การประเมินผลการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานที่กำหนดรอบการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน ทำการประเมินผลโดยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับเป้าหมายหรือเกณฑ์ที่กำหนดไว้ มีความโปร่งใส ชัดเจน ตรวจสอบได้ และให้ความสำคัญกับกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ด้วยการชี้แจงข้อมูลการประเมินให้บุคลากรได้รับทราบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณพันธ์ บุญสิน (2564) เรื่อง การประเมินผลการปฏิบัติงานที่สามารถทำนายหรือพยากรณ์อุปนิสัยพฤติกรรมการทำงาน สมรรถนะในการทำงาน ความสำเร็จในงาน และการปรับปรุงศักยภาพในการทำงานของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทยในปัจจุบันใช้การประเมินมาตรฐานการทำงาน ซึ่งการประเมินมาตรฐานการทำงานนั้น เป็นวิธีหนึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคนเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานองค์กรจะต้องกำหนดให้สอดคล้องกับงานและเป้าหมายขององค์กร และแต่ละตำแหน่งจะมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน และ 3. การคัดเลือก แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานเผยแพร่ข้อมูลการรับสมัครหรือสรรหาในหลากหลายช่องทาง มีเกณฑ์การคัดเลือกบุคลากรอย่างเหมาะสม ใช้วิธีการคัดเลือกอย่างโปร่งใสและยุติธรรม และมีการโยกย้ายและสรรหาบุคลากรจากภายในเพื่อให้เหมาะสมกับงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริทธิ์ พันธ์หาญ (2565) เรื่อง การพัฒนารูปแบบการสรรหาและคัดเลือกข้าราชการเพื่อดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า การคัดเลือกบุคลากรที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งมากที่สุด ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณสมบัติที่จะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การคัดเลือกควรยึดหลักความยุติธรรม ความเสมอภาควัตถุประสงค์หลัก และนโยบายขององค์กรและมีการนำหลักวิชาการมาประยุกต์ใช้ ควรพิจารณาจากบุคคลภายในก่อน เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและความจงรักภักดี

2. เปรียบเทียบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และเงินเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และระยะเวลาการปฏิบัติงานที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร จันทร์ปลูก (2566) เรื่อง แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ภายใต้ระบบ

ราชการ 4.0 ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบล เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลแตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาจุยทธร เนติธนากุล (2567) เรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน โดยตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุงานที่ต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน กลุ่มที่มีอายุงาน 5-10 และ น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุงาน 16-20 ปี และกลุ่มที่มีอายุงาน มากกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุงาน 16-20 ปี และ 11-15 ปี

3. หลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบลระเวณชัยแดนที่ 41 ดังนี้

3.1 หลักธรรมาภิบาลในด้านหลักนิติธรรม แสดงให้เห็นว่า กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ข้อปฏิบัติของหน่วยงานมีความทันสมัย เหมาะสมกับสภาวะในปัจจุบัน มีผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บังอร เบ็ญจาธิกุล (2558) เรื่อง การเสริมสร้างธรรมาภิบาลการปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า ผู้บริหารเทศบาลตำบลเกาะคาให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน โดยมอบเป็นนโยบายแก่เจ้าหน้าที่ให้ปฏิบัติตามและให้บริการแก่ประชาชนอย่างเสมอภาคกัน เนื่องจากหลักนิติธรรม ได้แก่ การตรากฎหมาย กฎ ข้อบังคับต่าง ๆ ให้ทันสมัยและเป็นธรรม เป็นที่ยอมรับของสังคมและยินยอมพร้อมใจปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งให้ประชาชนเข้าใจว่าการตราและบังคับใช้กฎหมายอยู่บนพื้นฐานของเหตุผลและความจำเป็นจริง ๆ และต้องมีการปรับปรุงกระบวนการร่างออกกฎหมาย และบังคับใช้กฎหมายให้มีความรัดกุม รวดเร็วและเป็นธรรมด้วย อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา แดสามัญ (2563) เรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อการบริหารงานท้องถิ่นของเทศบาลในจังหวัดปัตตานี พบว่า การใช้อำนาจตามกฎหมาย ข้อบังคับขององค์กรในการบริหารงานด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ มีการปรับปรุงระเบียบข้อบังคับให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ จะมีผลบังคับใช้กับ ชุมชน/หมู่บ้านอยู่ในระดับมาก

3.2 หลักธรรมาภิบาลในด้านสำนึกรับผิดชอบ แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานมีส่วนช่วยให้บุคลากรปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่อย่างเคร่งครัด ช่วยสร้างจิตสำนึกให้กับบุคลากรให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่องค์กร และสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชรินทร์นัฏ แฝงดี และคณะ (2561) เรื่อง การพัฒนาระบบการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาล สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42 พบว่า หลักธรรมาภิบาลด้านภาระรับผิดชอบ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1. ด้านผู้บริหาร พบว่า มีการสร้างสำนึกความรับผิดชอบต่อบุคลากรที่มีต่อตนเองในการปฏิบัติหน้าที่ การสร้างสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม และจัดกิจกรรมเสริมขวัญ กำลังใจให้แก่บุคลากรให้ร่วมรับผิดชอบการปฏิบัติงานด้วยความเสียสละและอุทิศตน และ 2. ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีการมอบหมายบุคลากรรับผิดชอบงาน สนับสนุนให้บุคลากรได้รับการพัฒนาและนำความรู้จากการพัฒนาไปปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และจัดวางระบบรายงานความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์ของงาน และสอดคล้องกับแนวคิดของ วิชนิ คุปตะวาทีน

และศุภกานต์ มังกรสุรกาล (2561) กล่าวว่า การสร้างความเข้าใจเพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้ตระหนักเห็นความสำคัญของหลักธรรมาภิบาล ไม่เพียงแต่กำหนดเป็นบทลงโทษเท่านั้น ต้องมีการบูรณาการคุณธรรมจริยธรรม ให้มีความสำคัญต่อวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมด้วย รวมถึงงานวิจัยของ เบญยาศิริ งามสะอาด และคณะ (2565) เรื่อง การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงานเทศบาลตำบลบางเตือ อำเภอมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี พบว่า หลักธรรมาภิบาลด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากผู้บริหารเข้าใจในบทบาทของตนเองเป็นอย่างดี รู้ว่าต้องทำอะไร เมื่อใด อย่างไร หากรู้หน้าที่ของตนเองว่าเป็นอย่างไรแล้ว ย่อมนำมาซึ่งความรับผิดชอบต่อตนเองและองค์กร

4. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ซึ่งมีหลักนิติธรรมและหลักสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ด้านหลักนิติธรรม การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และวินัยของหน่วยงานเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปตามขั้นตอนและมีความถูกต้อง เช่น เรื่องการใช้โซเชียลมีเดียอย่างมีสติ และอย่าโพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือมีผลกระทบต่อสถานะและชีวิตส่วนตัว รวมถึงการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีความระมัดระวังในการแชร์ข้อมูลหรือเผยแพร่ข่าวสารที่ไม่มั่นคงหรือไม่แน่นอน อาจทำให้เกิดความสับสนหรือการกระทำที่ไม่เหมาะสม หากบุคลากรมีคำถามหรือข้อสงสัยสามารถสอบถามผู้บังคับบัญชาได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีและนำมาซึ่งการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพของบุคลากร สอดคล้องกับแนวคิดของสิทธิพร ประวิตรุ่งเรือง (2559) ว่าหลักนิติธรรมเป็นหลักการที่สำคัญในการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ถ้าหน่วยงานภาครัฐทุกหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ทุกคนปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัดและคำนึงถึงความเป็นธรรม ความยุติธรรม ก็จะ ทำให้กิจการบ้านเมืองมีการพัฒนาเจริญก้าวหน้าและสังคมอยู่อย่างสงบสุข และแนวคิดของของอัญธิฐา อักษรศรี และวันชัย แสงสุวรรณ (2564) ว่าหลักนิติธรรมเป็นหลักการพื้นฐานที่มุ่งจำกัดอำนาจของผู้ปกครอง รัฐบาลต้องกำหนดขอบเขตโดยกฎหมาย บุคคลในสังคมได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันภายใต้กฎหมาย นำมาซึ่งความสงบสุข ความมั่นคงและสันติสุขของโลก รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้ให้สิทธิและเสรีภาพแก่ประชาชนให้เป็นเกราะป้องกันและเป็นการใช้สิทธิตามหลักกฎหมายอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่คำนึงถึงเพศ หรือเชื้อชาติศาสนา

4.2 ด้านหลักสำนึกรับผิดชอบต่อ เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากการตัดสินใจของตน และพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อกรณีที่มีความผิดพลาดเจ้าหน้าที่มีการวิเคราะห์และเรียนรู้จากความผิดพลาดหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีกในอนาคต ในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงาน หน่วยงานจะตั้งคณะกรรมการสอบข้อเท็จจริงตามระเบียบที่กำหนดเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย สอดคล้องกับแนวคิดของสมศักดิ์ สามัคคีธรรม (2559) ว่าความสำนึกรับผิดชอบต่อจะเกิดขึ้นและดำเนินการอย่างจริงจังได้

เมื่อองค์กรมีการฝึกอบรมให้สมาชิกเข้าใจและซึมซับความสำคัญของความรับผิดชอบต่อ นอกจากนี้ยังต้องมีการใช้วิธีการเสริมแรงเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การเสริมแรงทางบวก เช่น การให้รางวัลหรือการได้รับการยกย่องเมื่อทำความดี และการเสริมแรงทางลบ เช่น การลงโทษหรือการตักเตือนเมื่อมีการผิด นอกจากนี้ องค์กรจำเป็นต้องมีระบบตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ที่กระทำผิดจะได้รับบทลงโทษอย่างเหมาะสม และผู้ที่ทำดีจะได้รับการยอมรับหรือรางวัลตามความเหมาะสม หากองค์กรขาดการถ่วงอำนาจและการตรวจสอบก็จะทำให้ผู้ที่ขาดความสำนึกรับผิดชอบต่อไม่ถูกลงโทษ หรือผู้ที่มีความสำนึกรับผิดชอบต่อสูงกลับไม่ได้รับการยอมรับหรือรางวัล สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อาจกลายเป็น

แบบอย่างที่ดีคนอื่นจะนำไปเลียนแบบ จนกระทั่งส่งผลให้สมาชิกขององค์การขาดความสำนึกรับผิดชอบกันอย่างกว้างขวางมากขึ้นได้

บทสรุป

จากผลการวิจัยมีข้อสรุป ดังนี้ 1. หน่วยงานมีการกำหนดกฎระเบียบและข้อปฏิบัติที่ชัดเจนและทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเฉพาะในเรื่องการใช้โซเชียลมีเดีย ซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญในยุคดิจิทัล โดยกำหนดให้เจ้าหน้าที่ใช้งานอย่างมีสติ ไม่โพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่อาจสร้างความขัดแย้งหรือส่งผลเสียต่อสถานะหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัว ทั้งนี้ เพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีและความเป็นมืออาชีพขององค์กร หากบุคลากรมีข้อสงสัยเกี่ยวกับข้อปฏิบัติต่าง ๆ สามารถสอบถามจากผู้บังคับบัญชาได้โดยตรง ซึ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง และนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การสื่อสารแบบเปิดนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยลดความคลุมเครือ และเสริมสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา และ 2. การเรียนรู้จากความผิดพลาดและการรับผิดชอบต่อข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น หน่วยงานมีการเน้นย้ำถึงความสำคัญของการรับผิดชอบต่อข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น โดยเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ผิดพลาด เจ้าหน้าที่จะทำการวิเคราะห์สาเหตุอย่างละเอียด และเรียนรู้จากข้อผิดพลาดนั้น ๆ เพื่อหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำในอนาคต การเรียนรู้เชิงรุกนี้ช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และทำให้หน่วยงานสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 แตกต่างกัน ดังนั้นหน่วยงานควรมีการปรับปรุงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับนโยบายหรือวิธีการบริหารให้เหมาะสม เช่น การอบรม การสื่อสาร หรือการมอบหมายงานให้ตรงตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของบุคลากร

2. จากสมมติฐานข้อที่ 2 หลักนิติธรรมและสำนึกรับผิดชอบมีผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยหลักนิติธรรมเน้นในเรื่องการปฏิบัติงานของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 เป็นไปตามกฎ ระเบียบของทางราชการ เช่น ประมวลระเบียบการตำรวจไม่เกี่ยวกับคดี แผนปฏิบัติราชการประจำปีของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และแผนปฏิบัติราชการประจำปีของกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน ดังนั้นหน่วยงานและผู้บังคับบัญชาควรสร้างความเข้าใจอันดี สนับสนุน ส่งเสริมให้บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติตามกฎ ระเบียบดังกล่าว อย่างเคร่งครัด เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสำหรับด้านหลักสำนึกรับผิดชอบ หน่วยงานควรส่งเสริมค่านิยมด้านความรับผิดชอบ กำหนดค่านิยมของหน่วยงานให้ชัดเจนว่าความรับผิดชอบเป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติและได้รับการยอมรับ เช่น การสร้างสโลแกน หรือการประชุมเพื่อปลูกฝังค่านิยมนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. นำการวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรหลายตัว (MANOVA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) มาใช้เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของตัวแปรได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และนำไปใช้ในการประเมินและปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและสภาพแวดล้อมการทำงานที่แท้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนอื่นที่อยู่ในพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนของหน่วยงาน

3. ควรเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทุกหน่วย/ฝ่ายของกองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม และเข้าใจมุมมองที่หลากหลายของบุคลากรแต่ละกลุ่ม ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดช่องว่างในการปฏิบัติงานระหว่างบุคลากรต่างกลุ่ม

รายการอ้างอิง

- กรกนก เจริญทอง. (2566). การบริหารหลักธรรมาภิบาลในหน่วยงานภาครัฐ. *วารสารวิชาการและนวัตกรรมทางสังคมศาสตร์*, 5(1), 286-298. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JAIS/article/view/2320>
- กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 41. (2567). *งานธุรการ กำลัง วินัยและสวัสดิการ*. ผู้แต่ง.
- กัญชพร ศรีมณี. (2559). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 8(1), 275-287. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/55759>
- โกวิทย์ พวงงาม. (2562). *การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชินรัตน์ แผงดี, ชัยยงค์ พรหมวงศ์, และนิตยา ศรีมุกุพันธ์. (2561). การพัฒนาระบบการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาล สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 42. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 21(1), 48-58. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/77459
- ณัฐพันธ์ เขจรันนันทน์. (2545). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดุสิต น้อยชื่น, อิมรอน มะลูลีม, จรัญ มะลูลีม, และสุพจน์ ทราญแก้ว. (2557). ยุทธศาสตร์การพัฒนาตำรวจตระเวนชายแดนเพื่อความมั่นคงตามแนวชายแดนไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 8(1), 51-70. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/25658>
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2551). การบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี ใน *ประมวลชุดวิชาการบริหารภาครัฐ* (หน่วยที่ 10) (น. 235-236) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นริศรา แดสอัมย์. (2563). การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อการบริหารงานท้องถิ่นของเทศบาลในจังหวัดปัตตานี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 12(2), 333-353. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ptujournal/article/view/247191>
- บังอร เบ็ญจาธิกุล. (2558). การเสริมสร้างธรรมาภิบาลการปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 4(2), 29-42. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bkkthon/article/view/44159>
- เบญยาศิริ งามสะอาด, ธนิศร ยืนยง, วุฒิเลิศ เทวกุล, การุณย์ลักษณ์ พหลโยธิน, และสมนึก สอนเนย. (2565). การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงานเทศบาลตำบลบางเตือ อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*, 9(2), 48-61. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/258831>
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2560). *กลยุทธ์การวางแผนและการจัดการ*. ส.เอเซียเพรส (2989).
- ปรีดี นกุลสมปารณา. (2563, 3 มีนาคม). รู้จักคำว่า กลยุทธ์ (Strategy) และระดับของกลยุทธ์. [popticles.com](https://www.popticles.com/business/type-of-strategy/). <https://www.popticles.com/business/type-of-strategy/>
- พยอม วงศ์สารศรี. (2542). *องค์การและการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุภา.

- ไพรวลัย คำเกิด, ศรีณย์ วงศ์คำจันทร์, และภาคภูมิ อินทวงศ์. (2559). แนวทางพัฒนาการปฏิบัติตามระเบียบบริหารงานบุคคลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารลักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, 22(3). <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/73906>
- ภคพร กระจาดทอง และวาสนา จักรแก้ว. (2565). กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในภาวะวิกฤติ COVID-19. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 19(87), 1-7. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/SNGSJ/article/view/252528>
- มัยยัสส์ เหล่าสุรสุนทร, กัญญา มีสมบัติ, ศิราพรรณ บัวแย้ม, และจิราพร นาคี. (2565). ประสิทธิภาพการใช้กรอบอัตราค่าจ้างในการบริหารกำลังคนในสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ปี พ.ศ. 2560-2564. *วารสารวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพ*, 15(1), 196-211. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/RDHSJ/article/view/256757>
- วิชนี คุปตะวาทีน และศุภกานต์ มังกรสุรกาล. (2561). ธรรมชาติของประเทศไทยเป็นจริงได้หรือ. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 4(1), 394-398. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/svittj/article/view/215069>
- วีรภัทร์ พันธุ์หาญ. (2565). การพัฒนารูปแบบการสรรหาและคัดเลือกข้าราชการเพื่อดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการ เขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 369-380. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific/article/view/253866>
- ศศิธร จันทร์ปลุก. (2566). แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ภายใต้ระบบราชการ 4.0 ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบล เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารนิสิตวัจ*, 25(2), 110-120. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jonw/article/view/266344>
- ศุภจิตา อยู่ถนอม. (2560). องค์ประกอบของการปฏิบัติงานของนักบินพาณิชย์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Suranaree University of Technology. <http://sutir.sut.ac.th:8080/jspui/handle/123456789/7768>
- สมศักดิ์ สามัคคีธรรม. (2559). ความสำนึกรับผิดชอบกับการจัดการสาธารณะ; Accountability and Public Administration. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ร่วมทุกข์*, 34(1), 41-79. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/article/view/72645>
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580). ผู้แต่ง. <https://www.royalthaipolice.go.th/downloads/strategy.pdf>
- สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง. (2559). หลักนิติธรรมกับสังคมไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 10(21), 118-125. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/56263>
- องค์การบริหารส่วนตำบลนิคมคำสร้อย. (ม.ป.ป.). *หลักธรรมาภิบาลในองค์กร*. <https://shorturl.asia/Gb6EL>

- อรพินท์ บุญสิน. (2564). การประเมินผลการปฏิบัติงานที่สามารถทำนายหรือพยากรณ์อุปนิสัยพฤติกรรม
การทำงานสมรรถนะในการทำงาน ความสำเร็จในงาน และการปรับปรุงศักยภาพในการ
ทำงานของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทย. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 23(2), 49-60.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jpcru/article/view/242052>
- อัญธิษฐา อักษรศรี และวันชัย แสงสุวรรณ. (2564). หลักนิติธรรมกับการปกครองโดยทศพิธราชธรรม.
วารสารมณีเชษฐาราม, 4(2), 33-45. [https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMCR/
article/view/194](https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMCR/article/view/194)
- อาจยุทธ เนติธนากุล. (2567). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี.
วารสารสหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย, 13(1), 195-202. [https://so03.
tci-thaijo.org/index.php/JIRGS/article/view/276864](https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JIRGS/article/view/276864)
- Barney, B., & Wright, M. (1998). On becoming a strategic partner: The role of human
resource in gaining competitive advantage. *Human Resource Management*,
37(1), 31-46. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-050X\(199821\)37:1<31::
AID-HRM4>3.0.CO;2-W](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-050X(199821)37:1<31::AID-HRM4>3.0.CO;2-W)
- Yamane, T. (1967). *Statistic: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผล
ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา:
บริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง

Service quality and corporate image affecting
user satisfaction: A case study of a medical
device company

Received: March 14, 2025

Revised: April 10, 2025

Accepted: April 23, 2025

ทรงธรรม คงขาว*

Songtham Kongkhaw*

สุรวี ศุนาลัย**

Suravee Sunalai**

*,**หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

*,**Master of Business Administration Management, Dhurakij Pundit University

*Email: mr.songtham@gmail.com

**E-mail: suravee.sui@ dpu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทเครื่องมือแพทย์ แห่งหนึ่ง 2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3. ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และ 4. ศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีกลุ่มตัวอย่าง 406 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าค่า t-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ การถดถอยแบบพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า 1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และหน่วยงาน แตกต่าง กันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน 2. คุณภาพการให้บริการ สามารถอธิบายความผันแปร ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้ร้อยละ 83.60 ตัวแปรที่มีอำนาจการทำนาย ได้แก่ การสร้างความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ และความเป็นรูปธรรม 3. ภาพลักษณ์ขององค์กร สามารถอธิบายความผันแปรของความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้ร้อยละ 81.60 ตัวแปรที่มีอำนาจการทำนาย ได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ คุณภาพของสินค้า ความรับผิดชอบต่อสังคม และเอกลักษณ์ขององค์กร ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็น แนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งจะช่วยเพิ่มความ สามารถในการแข่งขันในตลาดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทเครื่องมือแพทย์

Abstract

This research aims to study customer satisfaction with a medical equipment company, compare customer satisfaction based on personal factors, examine the quality of service that influences customer satisfaction, and investigate the corporate image that affects customer satisfaction. The sample group consisted of 406 samples. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis at a significance level of 0.05.

The research findings revealed that 1. Customers with different genders, ages, education levels, job positions, and departments did not have significantly different levels of satisfaction 2. Service quality accounted for 83.60% of the variance in customer satisfaction. The key predictive factors included assurance, reliability, and tangibility 3. Corporate image explained 81.60% of the variance in customer satisfaction. The key predictive factors included reputation and credibility, product quality, corporate social responsibility, and organizational identity. The research findings can be used as a guideline for improving service quality and enhancing the organization's positive image, which will help increase market competitiveness and build strong customer relationships.

Keywords: Service Quality, Image, Customer Satisfaction, Medical Equipment Company

บทนำ

ปี พ.ศ. 2566-2568 ตลาดเครื่องมือแพทย์ของไทยมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมูลค่าจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ในประเทศจะเติบโตเฉลี่ย 5.50-7.00% ต่อปี จากปัจจัยหนุนหลายด้าน อาทิ อัตราการเจ็บป่วยที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากการเข้าสู่สังคมสูงวัย และการเกิดโรคอุบัติใหม่ การเติบโตของตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical and Wellness Tourism) ซึ่งไทยมีจุดแข็งด้านค่ารักษาพยาบาลและคุณภาพการรักษาเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และกระแสการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันที่กำลังแพร่หลายโดยเฉพาะหลังวิกฤต COVID-19 รวมถึงความต้องการเครื่องมือ/อุปกรณ์การแพทย์ที่เพิ่มขึ้นในตลาดส่งออกของไทย (นรินทร์ ตันไพบุลย์, 2566) และที่สำคัญแผนและนโยบายของประเทศ ซึ่งกำหนดให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ และศูนย์กลางการผลิตเครื่องมือแพทย์ในอาเซียน (Medical Hub) ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2560-2569) ส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 ผลผลิตหลัก ได้แก่ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมสู่การพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ที่สามารถแข่งขันกับนานาชาติ โดยใช้ศักยภาพความแข็งแกร่งด้านระบบบริการสุขภาพของประเทศ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อรับบริการจนสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ

จากปัจจัยข้างต้น สะท้อนโอกาสการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย การแข่งขันจะรุนแรงขึ้น เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมากในตลาดเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย การบริการที่ดีถือเป็นการเสริมจุดแข็งของทางบริษัทเครื่องมือแพทย์ นอกจากจะช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าแล้วยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี (Leblanc & Nguyen, 1996) และที่สำคัญยังสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าที่ทำการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ ซึ่งมีทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้สามารถใช้งานได้ดีและเต็มประสิทธิภาพในการรักษาหรือบำบัดผู้ป่วยหรือคนไข้ได้อย่างต่อเนื่อง คุ่มค่ากับราคาที่จ่ายไป หากเกิดเหตุการณ์เครื่องมืออุปกรณ์แพทย์เกิดขัดข้องระหว่างการใช้งาน ซึ่งอาจทำให้ต้องหยุดการรักษาหรือเลื่อนออกไป การบริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์ที่ดีและรวดเร็วในการแก้ปัญหาจะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าได้

แม้ว่าสถานพยาบาลของรัฐและสถานพยาบาลเอกชนจะมีความแตกต่างกัน ด้านขนาดของสถานพยาบาลและงบประมาณในการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อนำเข้าใช้ในการรักษาผู้ป่วย แต่การให้บริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์ มีความสำคัญไม่แตกต่างกัน จะต้องให้บริการอย่างรวดเร็ว เมื่อได้รับแจ้งปัญหา สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุด ทีมพนักงานบริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์จึงต้องมีความรู้ความสามารถเพียงพอ ผ่านการอบรมด้านเทคนิค Service Training เพื่อที่จะสามารถแก้ปัญหาได้ รวมถึงการบริการที่ดี ยังสามารถลดต้นทุนให้แก่บริษัทเครื่องมือแพทย์ได้ เช่น การลดเวลาการเดินทาง ค่าน้ำมัน และค่าแรงของพนักงานบริการ และที่สำคัญช่วยลดปัญหาการหยุดการทำงานของ Brake Down ของเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ การบำรุงรักษาตามคู่มือการบริการจากโรงงานผู้ผลิต เป็นการบำรุงรักษาแบบเชิงป้องกัน Preventive Maintenance ที่จะทำให้สามารถใช้งานเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพ ไม่เกิดปัญหาการหยุดการทำงานหรือหยุดใช้งานของเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ ระหว่างการใช้งานในการรักษาหรือบำบัดผู้ป่วยหรือคนไข้ได้อย่างต่อเนื่อง สร้างความน่าเชื่อถือในการรักษาหรือบำบัด รวมถึงยังสร้างความน่าเชื่อถือต่อภาพลักษณ์ และอาจก่อรายได้ให้แก่บริษัทเครื่องมือแพทย์ได้กรณีมีการเสนอสัญญาจ้างบำรุงรักษาแบบรายปี

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่บริษัทเครื่องมือแพทย์จำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและเชื่อมั่นในบริษัท ดังนั้นบริษัทเครื่องมือแพทย์จะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงการให้การให้บริการและภาพลักษณ์อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้องค์กรอยู่รอด จากความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นช่องว่างการวิจัย (Research Gaps) คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จึงสนใจศึกษาบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นบริษัทที่เกิดจากการร่วมทุนของบริษัทเครื่องมือแพทย์ ประเทศสวีเดน ประกอบธุรกิจหลักร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ และจัดหาอุปกรณ์และระบบในด้านการดูแลสุขภาพและวิทยาศาสตร์เพื่อชีวิต โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ Cardiovascular Procedures, Digital Health Solutions, Intensive Care, Operating Rooms จัดจำหน่ายและให้บริการหลังการขายแก่สถานพยาบาลทั้งเอกชนและภาครัฐ รวมถึงโรงเรียนผลิตแพทย์

ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางแก่บริษัทเครื่องมือแพทย์ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการและเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า นอกจากนี้ยังช่วยให้บริษัทเครื่องมือแพทย์เข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง
4. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพการให้บริการ

Parasuraman et al. (1988) ให้นิยามคุณภาพการบริการ (Service Quality) ว่า เป็นผลลัพธ์จากการดูแลเอาใจใส่ ความไว้วางใจ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ (Repurchase) ด้านนักวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (พัชรินทร์ อุทยานสุทธิ และวรินทรา ศิริสุทธิกุล, 2564; ภัทรภา เสงขทรัพย์ และคณะ, 2564; สุกัญญา โพธิจาทุม, 2563; Gronroos, 1990) ให้ความเห็นว่า คุณภาพการบริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการที่มีคุณภาพและตรงตามความคาดหวังหรือเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อองค์กร

สำหรับการวิจัยนี้ คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและสร้างความพึงพอใจ ซึ่งนำไปสู่ความประทับใจและการใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำ โดยอ้างอิงองค์ประกอบของคุณภาพการบริการตาม SERVQUAL SERVQUAL Model ของ Parasuraman et al. (1988) เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง ปัจจัยที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ ความสะอาดของสถานประกอบการ รวมถึงภาพลักษณ์ของพนักงาน ซึ่งช่วยสร้างความประทับใจแรกให้กับลูกค้า
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามข้อตกลง เป็นไปตามมาตรฐาน และมีความสม่ำเสมอ
3. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความรวดเร็วและความพร้อมของพนักงานในการให้บริการ รวมถึงการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง การแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที และความเต็มใจในการช่วยเหลือลูกค้า
4. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการเข้าใจและให้ความสำคัญกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า การให้บริการแบบใส่ใจ เป็นกันเอง และสร้างความรู้สึกเป็นพิเศษให้กับลูกค้าแต่ละราย
5. การสร้างความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ และความสุภาพของพนักงานที่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในบริการที่ได้รับ รวมถึงการสร้างความไว้วางใจผ่านทักษะ ความรู้ และความเป็นมืออาชีพของพนักงาน

ภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ หมายถึง การรับรู้โดยรวมของบุคคลต่อองค์กร ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ ความประทับใจ และความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบัน ผ่านการกระทำหรือพฤติกรรมขององค์กร (LeBlanc & Nguyen, 1996) ภาพลักษณ์องค์กร จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ประชาชนมีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านการบริหารจัดการ (Management) สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product) และการให้บริการ (Service) ของบริษัทนั้น (ญาณทัศน์ ไหมกัน และพิรภาว ทวีสุข, 2563; นรินทร์ จักขุบท, 2565; วิรัช ลภิตนกุล, 2553)

การวิจัยครั้งนี้กำหนดความหมายของ ภาพลักษณ์ ว่าเป็นความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้คนต่อองค์กร ซึ่งเกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ โดยประยุกต์องค์ประกอบของ LeBlanc and Nguyen (1996) ดังนี้

1. ชื่อเสียง (Reputation) หมายถึง การให้บริการที่มีคุณภาพจนได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จัก ซึ่งต้องมีความสม่ำเสมอในการให้บริการ สามารถสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า รวมถึงมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
2. การให้บริการ (Service Offering) หมายถึง การให้บริการทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของพนักงานโดยตรง การให้บริการที่ดีควรเป็นการผสมผสานทั้งสองลักษณะ โดยบริการทางตรงเป็นไปตามหน้าที่ของพนักงาน ขณะที่บริการทางอ้อมช่วยเสริมสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า กระตุ้นความประทับใจ และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำหรือการบอกต่อ
3. เอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) หมายถึง การนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มลูกค้า เช่น ชื่อเสียงและการบริการ ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบองค์กรกับคู่แข่งและรับรู้ถึงความโดดเด่นขององค์กร
4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) หมายถึง ความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยสร้างความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

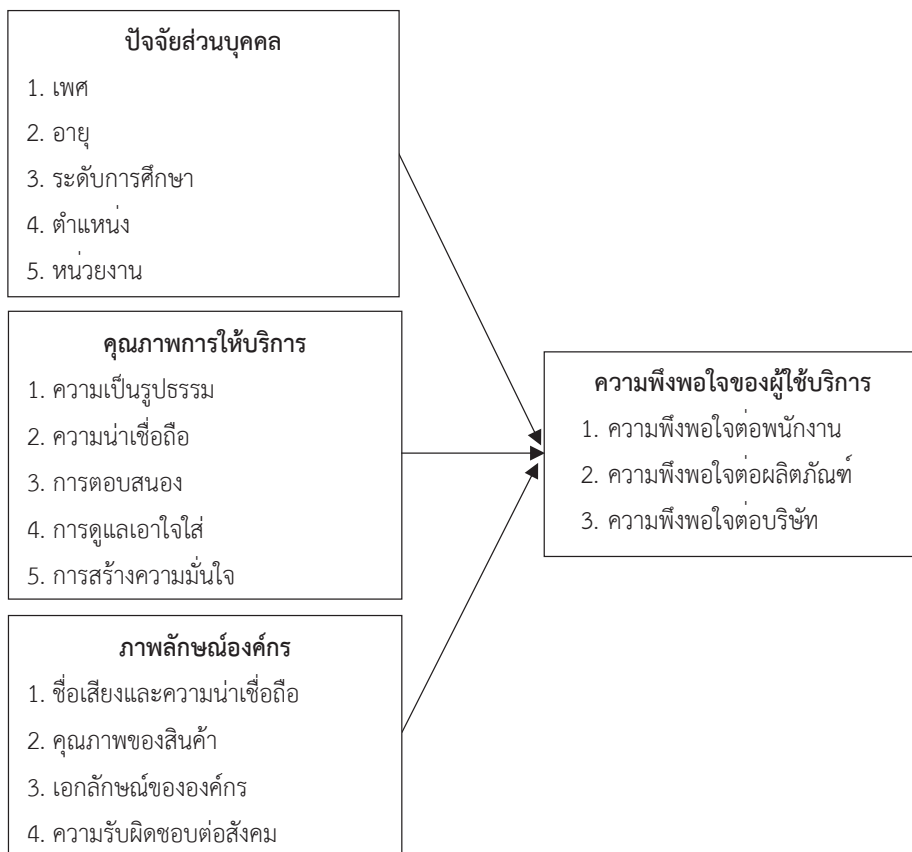
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง การประเมินของผู้ใช้บริการต่อระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากบริการ หากผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจมีแนวโน้มที่จะใช้บริการซ้ำ และพิจารณาผู้ให้บริการเป็นตัวเลือกอันดับแรกเมื่อต้องการใช้บริการ นอกจากนี้ อาจแสดงออกผ่านพฤติกรรมความภักดีต่อแบรนด์โดยไม่เปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น แม้จะได้รับแรงจูงใจจากปัจจัยทางการตลาดก็ตาม (พัชรินทร์ อุทยานสุทธิ และวรินทร์า ศิริสุทธิกุล, 2564; Oliver, 1997) กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ คือ การตอบสนองในเชิงบวกของบุคคลเมื่อได้รับสิ่งที่เกินความคาดหวัง ซึ่งอาจรวมถึงความชอบใจ ความดีใจ หรือความสมหวัง อันเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับ เช่น บริการที่เหนือกว่าที่คาดหวัง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ความพึงพอใจต่อพนักงาน คือ การให้บริการที่เป็นมิตร มีความเป็นมืออาชีพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
2. ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า
3. ความพึงพอใจต่อบริษัท คือ ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัย ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้ายที่ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง ได้แก่ วิศวกรเครื่องมือแพทย์ ช่างเครื่องมือแพทย์ พยาบาล ผู้ช่วยพยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ และนักวิทยาศาสตร์การแพทย์ ในสถานพยาบาลภาครัฐและสถานพยาบาลเอกชน ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรของ Cochran (1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง โดยมีตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับมา จำนวน 406 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Form แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบ Check List 5 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง เลือกคำตอบได้ 5 ระดับ 20 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง เลือกคำตอบได้ 5 ระดับ 15 ข้อ และส่วนที่ 4 เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง เลือกคำตอบได้ 5 ระดับ 9 ข้อ โดยแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.940 ซึ่งประเมินโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย ค่า t-test, one way ANOVA (F-test) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 406 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 51.20 มีอายุ 31-45 ปี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 80.80 มีตำแหน่งวิศวกรเครื่องมือแพทย์/ช่างเครื่องมือแพทย์ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 และสังกัดหน่วยงานสถานพยาบาลภาครัฐ จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์ พบว่า คุณภาพการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การสร้างความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.13) การดูแลเอาใจใส่ อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.09) ความเป็นรูปธรรม อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.07) ความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.06) และการตอบสนอง อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.00)

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กร

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของบริษัทเครื่องมือแพทย์ พบว่า ภาพลักษณ์องค์กร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.20) คุณภาพสินค้า อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.11) ความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.08) และเอกลักษณ์ขององค์กร อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 3.98)

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.12) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจต่อพนักงาน อยู่ในระดับมาก

(มีค่าเฉลี่ย 4.18) ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.13) และความพึงพอใจต่อบริษัท อยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.07)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ไม่แตกต่างกัน อายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ไม่แตกต่างกัน ตำแหน่งต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ไม่แตกต่างกัน และสังกัดหน่วยงานต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง

ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรและภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุเชิงเส้น (Multicollinearity) โดยทำการทดสอบด้วยสถิติ Tolerance และ VIF เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์และความแปรปรวนของตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า ค่า Tolerance มากกว่า 0.1 และค่า VIF น้อยกว่า 10 (Hair et al., 2010) แสดงว่า ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุเชิงเส้น จึงสามารถทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยใช้คำสั่ง Enter โดยใส่ตัวแปรเรียงลำดับกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง ได้ค่าประสิทธิภาพของการทำนาย $R^2 = .836$ กล่าวได้ว่า ความเป็นไปได้ของการตั้งสมมติฐานว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้อยละ 83.60 โดยพบด้านที่มีอิทธิพล 3 ด้าน ได้แก่ การสร้างความมั่นใจ ($Beta = 0.471$) ความน่าเชื่อถือ ($Beta = 0.225$) และความเป็นรูปธรรม ($Beta = 0.177$) ตามลำดับ และคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง ด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ

คุณภาพการให้บริการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Collinearity	t	Sig	Coefficients Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	.530	.081		6.574***	.000		
ความเป็นรูปธรรม (X_1)	.152	.035	.177	4.329***	.000	.246	4.063
ความน่าเชื่อถือ (X_2)	.203	.045	.225	4.533***	.000	.166	6.017
การตอบสนอง (X_3)	.052	.039	.058	1.340	.181	.216	4.633
การดูแลเอาใจใส่ (X_4)	.035	.042	.040	.830	.407	.180	5.544
การสร้างความมั่นใจ (X_5)	.437	.045	.471	9.710***	.000	.175	5.729
R = .914, $R^2 = .836$, Adj. $R^2 = .834$, S.E. = 0.20877, F = 407.887, p-value = .000							

***มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ที่ระดับ 0.001

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์ แห่งหนึ่ง

ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรและภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุเชิงเส้น (Multicollinearity) โดยทำการทดสอบด้วยสถิติ Tolerance และ VIF เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์และความแปรปรวนของตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า ค่า Tolerance มากกว่า 0.1 และค่า VIF น้อยกว่า 10 (Hair et al., 2010) แสดงว่า ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุเชิงเส้น จึงสามารถทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยใช้คำสั่ง Enter โดยใส่ตัวแปรเรียงลำดับกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง ได้ค่าประสิทธิภาพของการทำนาย $R^2 = .816$ กล่าวได้ว่า ความเป็นไปได้ของการตั้งสมมติฐานว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้อยละ 81.60 โดยพบว่า ทั้ง 4 ด้านมีอิทธิพล ได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ($Beta = 0.316$) คุณภาพของสินค้า ($Beta = 0.282$) ความรับผิดชอบต่อสังคม ($Beta = 0.264$) และเอกลักษณ์ขององค์กร ($Beta = 0.113$) ตามลำดับ และคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญยิ่ง

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์
แห่งหนึ่ง ด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ

ภาพลักษณ์องค์กร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	.421	.089		4.705***	.000		
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (X_1)	.285	.039	.316	7.361***	.000	.249	4.014
คุณภาพของสินค้า (X_2)	.263	.046	.282	5.711***	.000	.188	5.330
เอกลักษณ์ขององค์กร (X_3)	.097	.033	.113	2.892**	.004	.300	3.332
ความรับผิดชอบต่อสังคม (X_4)	.257	.041	.264	6.200***	.000	.252	3.967

$R = .903$, $R^2 = .816$, $Adj.R^2 = .814$, $S.E. = 0.22072$, $F = 445.330$, $p\text{-value} = .000$

, *มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ที่ระดับ 0.01 และ 0.001 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ผู้ใช้บริการ บริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่งที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่งแตกต่างกัน

จากการศึกษาผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และหน่วยงาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรภา เสงวทรัพย์ และคณะ (2564) ที่พบว่า ผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยในโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ กุลนิตา กุลระวัง (2565) ที่พบว่า เพศ และระดับการศึกษาของผู้โดยสารสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ กรณีศึกษา เส้นทางการบินน่าน มีความพึงพอใจต่อการบริการที่ไม่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรภา เสงวทรัพย์ และคณะ (2564) ที่พบว่า ผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยในโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 ที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในการบริการแตกต่างกัน ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า บริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งนี้มีมาตรฐานการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และหน่วยงาน ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งบ่งบอกถึงควมมีประสิทธิภาพของบริษัทในด้านการจัดการบริการและการรักษาความพึงพอใจของลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมาย

2. คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง ได้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $R^2 = .836$ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย การสร้างความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ และความเป็นรูปธรรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิสา จันทรหอม และคณะ (2558) ที่พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจนำเข้าเครื่องมือแพทย์ รวมทั้งงานวิจัยของ โสรจจะราช เถระพันธ์ (2561) ที่พบว่า ความมั่นใจมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี แต่ไม่สอดคล้องในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (หรือความเป็นรูปธรรม) และความเชื่อถือได้ ที่พบว่าไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในขณะที่การตอบสนองและการดูแลเอาใจใส่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ โสรจจะราช เถระพันธ์ ผลการศึกษายังพบว่า การตอบสนอง และการดูแลเอาใจใส่ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของธุรกิจ กลุ่มผู้ให้บริการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันในอุตสาหกรรมนี้ เช่น ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการบริการที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ เนื่องจากเครื่องมือแพทย์เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและชีวิต กลุ่มผู้ให้บริการของบริษัทเครื่องมือแพทย์มักเป็นองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญในสายสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล คลินิก ซึ่งให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่วัดได้ เช่น คุณภาพของเครื่องมือ ความน่าเชื่อถือของการบริการ มากกว่าปัจจัยเชิงอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลเอาใจใส่

3. ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง

ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งหนึ่ง ได้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $R^2 = .816$ ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ คุณภาพของสินค้า ความรับผิดชอบต่อสังคม และเอกลักษณ์ขององค์กร มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิษา วงศ์สุตาล และสุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์ (2561) ที่พบว่า ด้านเอกลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการ

โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งงานวิจัยของ โสริยา สุภาพผล และลัดดาวัลย์ สำราญ (2565) พบว่า ภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (หรือคุณภาพสินค้า) และด้านสถาบันหรือองค์กร (หรือเอกลักษณ์ขององค์กร) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี แต่ไม่สอดคล้องในด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ และความรับผิดชอบต่อสังคมที่พบว่าไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากผลศึกษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า บริษัทเครื่องมือแพทย์แห่งนี้มีภาพลักษณ์ที่ดีที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ ภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แสดงให้เห็นว่า ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ รวมถึงคุณภาพของสินค้าเป็นที่ยอมรับมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนในการรับผิดชอบต่อสังคม และเอกลักษณ์ของสินค้าล้วนมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

คุณภาพการให้บริการ

1. ด้านความเป็นรูปธรรม งานวิจัยนี้พบว่า บริษัทควรพัฒนาและเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การสร้างแอปพลิเคชันสำหรับการแจ้งข้อมูลหรือรับข่าวสาร เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ และสะดวกยิ่งขึ้น ในด้านการแต่งกายของพนักงาน บริษัทอาจออกแบบเครื่องแบบที่มีความสุภาพ เหมาะสมกับลักษณะงาน โดยเฉพาะเมื่อต้องเข้าไปปฏิบัติงานในสถานที่ของผู้ใช้บริการ เพื่อสะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพและสร้างความเชื่อมั่น
2. ด้านความน่าเชื่อถือ งานวิจัยนี้พบว่า บริษัทควรจัดอบรมเพิ่มเติมให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการพัฒนาทักษะและเพิ่มพูนความรู้ในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมถึงการทำงานเชิงรุกเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา
3. ด้านการสร้างความมั่นใจ งานวิจัยนี้พบว่า บริษัทควรจัดโปรแกรมฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น การสื่อสารอย่างมืออาชีพ การแสดงความเชี่ยวชาญในสินค้าและบริการ รวมถึงการปฏิบัติตนด้วยความสุภาพและมีน้ำใจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไว้วางใจในบริษัทและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ภาพลักษณ์องค์กร

1. ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ งานวิจัยนี้พบว่า บริษัทควรมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง อีกทั้งยังเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า
2. ด้านคุณภาพของสินค้า งานวิจัยนี้พบว่า บริษัทควรมีการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น
3. ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร งานวิจัยนี้พบว่า บริษัทควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แพร่หลายมากขึ้น เช่น การใช้สื่อออนไลน์ การจัดกิจกรรม หรือการออกบูธแสดงสินค้า เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถจดจำและสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท

4. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม งานวิจัยนี้พบว่า บริษัทควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความทนทานและการใช้งานที่ยาวนาน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างคุณค่าให้กับองค์กรในฐานะที่เป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางสำคัญเกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพการให้บริการและการสร้างความน่าเชื่อถือสำหรับผู้ให้บริการรายใหม่ที่ยังไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมาก่อน ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มฐานลูกค้าและสร้างความเชื่อมั่นในตลาด

2. จึงเสนอว่าควรดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการ จะช่วยให้บริษัทสามารถปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการเฉพาะกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กุลนิดา กุละวัง. (2565). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินไทย โลอันแอร์ กรณีศึกษาเส้นทางการบินน่าน. *วารสารวิชาการการบินทางและการบริการ*, 1(2), 41-60. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/tft/article/view/2004>
- ญาณทัศน์ ไหมกัน และพิรภว ทีวีสุข. (2563). การศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 34(110), 103-112. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUsthiparitathJournal/article/view/243724>
- ณิชา วงศ์สุดาล และสุวัฒนา ตั้งสวัสดิ์. (2561). ภาพลักษณ์องค์กรและการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมา. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2 “Graduate School Conference 2018”* (น. 329-337).
- นรินทร์ จักขุบท. (2565). *การจัดการคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรการ กรณีศึกษา บริษัท นานา ทราเวล จำกัด* [การศึกษารายบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Narinthorn.Juks.pdf>
- นรินทร์ ต้นไพบูลย์. (2566, 12 กันยายน). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์*. วิจัยกรุงศรี. <https://shorturl.asia/5kzdX>
- นิสา จันทร์หอม, มาเรียม นะมิ, และอัมพล ชูสนุก. (2558). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการหลังการขายต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจนำเข้าเครื่องมือแพทย์. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Slipakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(3), 691-705. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/48952>
- พัชรินทร์ อุทยานสุทธิ และวรินทร์า ศิริสุทธิกุล. (2564). คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้าและต้นทุนการเปลี่ยนผู้ให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการประกันสุขภาพในประเทศไทย. ใน *The 3rd BAS national conference 2021 “Business transformation: Social challenges”* (pp. 130-144). <https://ir.swu.ac.th/jspui/handle/123456789/19450>
- ภัทรปภา เขวงทรัพย์, ปวิมา รุ่งเรือง, และภูษิตย์ วงษ์เล็ก. (2564). คุณภาพการให้บริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล. *วารสารวิชาการ เซอร์ฮิลท์บางกอก*, 7(2), 64-81. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal/article/view/249512
- วิรัช ลภิตันกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์: ฉบับสมบูรณ์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุกัญญา โพธิจาทุม. (2563). *หลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จจังหวัดนครปฐม* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://opacdb01.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=115506>

- โสธยา สุภาพล และลัดดาวัลย์ สำราญ. (2565). ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 16(1), 103–118. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/journaldru/article/view/259697>
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561). คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3655>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Gronroos, C. (1990). *Service management and marketing: Managing the moments of truth in service competition*. Lexington Books.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Leblanc, G., & Nguyen, N. (1996). Cues used by customers evaluating corporate image in service firms: An empirical study in financial institutions. *International Journal of Service Industry Management*, 7(2), 44-56. <https://doi.org/10.1108/09564239610113460>
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ของบุคลากร สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

The acceptance of technology that affects the work efficiency of personnel in the State Audit Office of the Kingdom of Thailand

Received: March 4, 2025

Revised: April 24, 2025

Accepted: May 1, 2025

ปัทสรา ภาระมรทัต*

Papatsara Paramorratat*

สุรวี ศุนาลัย**

Suravee Sunalai**

*,**หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

*,**Master of Business Administration Program, Dhurakij Pundit University

*E-mail: 66130259@dpu.ac.th

**E-mail: suravee.sui@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน 2. เพื่อศึกษาระดับของประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน 3. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จำนวน 320 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1. บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อยู่ในระดับตำแหน่งชำนาญการ และมีระยะเวลาการทำงาน 5-10 ปี 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน รองลงมา คือ ทศนคติต่อเทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้ และความพร้อมทางทรัพยากร 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ คุณภาพรองลงมา คือ เวลา ปริมาณ และค่าใช้จ่าย 4. ผลของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับตำแหน่ง และระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน แต่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน 5. ผลการวิเคราะห์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ได้ค่าประสิทธิภาพของการทำนาย $R^2 = 0.776$ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ ทศนคติต่อเทคโนโลยี มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ การรับรู้ประโยชน์และความพร้อมทางทรัพยากร ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี ประสิทธิภาพในการทำงาน สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน องค์กรภาครัฐ

Abstract

This research had the objectives to: 1. examine the level of technology acceptance among personnel of the State Audit Office of the Kingdom of Thailand (SAO), 2. explore the level of work efficiency among personnel of SAO, 3. compare the work efficiency of personnel of SAO, classified by personal factors, and 4. examine the influence of technology acceptance on the work efficiency of personnel of SAO. The samples were 320 personnel from the State Audit Office of the Kingdom of Thailand. The statistics for data analysis included t-test, one-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The research findings indicated that 1. the personnel of SAO were mostly females, aged between 31-40 years, held a bachelor's degree, worked at the expert level, and

had work experience of 5–10 years. 2. The analysis of data regarding the acceptance of technology by the personnel of SAO revealed that all four aspects were rated at a high level. When considering each aspect, the one with the highest average was the perception of benefits from usage, followed by attitudes towards technology, perceived ease of use, and resource readiness. 3. The analysis of data regarding the work efficiency of the personnel of SAO showed that all four aspects were rated at a high level. When considering each aspect, the one with the highest average was quality, followed by time, quantity, and cost. 4. The effects of personal factors, including gender, age, position level, and work experience, did not affect the work efficiency of the personnel of SAO, but the differences in educational levels did affect their work efficiency. 5. The analysis to examine the influence of technology acceptance on the work efficiency of the personnel of SAO yielded a prediction accuracy of $R^2 = 0.776$. When considering each aspect, three factors were identified: attitudes towards technology, which had the most influence, followed by perceived benefits and resource readiness, which also influenced the work efficiency of the personnel of SAO.

Keywords: Technology Acceptance, Work Efficiency, The State Audit Office of the Kingdom of Thailand, Government Organization

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดนวัตกรรมและแนวทางใหม่ในการดำเนินธุรกิจในสภาพแวดล้อมการแข่งขัน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) มีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทั้งในภาครัฐและเอกชน นำไปสู่การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ (Heeks, 2001) รัฐบาลหลายประเทศยอมรับศักยภาพของเทคโนโลยีในการขับเคลื่อนประเทศสู่สังคมฐานความรู้ (Knowledge-Based Society) และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันส่งผลต่อกระบวนการผลิตที่สามารถแข่งขันในระดับสากล ดังนั้นเทคโนโลยีจึงถูกกำหนดให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาสู่สังคมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Society)

เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องปรับกลไกการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสังคมสารสนเทศ (โสมวลี ขยามฤต, 2564) เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน การแก้ปัญหา และการตัดสินใจ โดยช่วยให้การวางแผนและการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว ถูกต้อง และเชื่อถือได้ องค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างจริงจัง เนื่องจากสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรองรับแนวโน้มการเติบโตของสังคมดิจิทัลในอนาคต

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเป็นองค์กรอิสระอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน (คตง.) มีหน้าที่ตรวจสอบการจัดเก็บรายได้ การรับ การใช้จ่าย การใช้ประโยชน์ การเก็บรักษา และการบริหาร ซึ่งเงิน ทรัพย์สิน สิทธิ และผลประโยชน์ของหน่วยรับตรวจหรือที่อยู่ในความครอบครองหรืออำนาจใช้จ่ายของหน่วยรับตรวจหรือการตรวจสอบอื่นตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มีวิสัยทัศน์ คือ “องค์กรตรวจสอบและเสริมสร้างวินัยการเงินการคลังด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของหน่วยรับตรวจสาธารณะชน และชุมชนตรวจเงินแผ่นดินในระดับสากล” และค่านิยม “สร้างคนเก่งคนดี มีความรู้เทคโนโลยีดิจิทัล ยึดมั่นจิตสาธารณะ” ซึ่งจะเห็นได้ว่า องค์กร

มุ่งเน้นการกำหนดยุทธศาสตร์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น ระบบบริหารงานการตรวจสอบรายงานการเงิน (Fas) ระบบอินทราเน็ต (Intranet) ระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (e-Office) ระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) ระบบบริหารทรัพยากรบุคคล (DPIS) การเรียนรู้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) มาใช้ให้การวางแผนและการบริหารจัดการงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดขึ้นอยู่กับความพร้อมและการใช้งานของบุคลากร (จุฑามาศ นิ้มจิตต์ และโกวิทย์ กังสนันท์, 2564) หากพนักงานมีทัศนคติที่ดีและความพร้อมในการปรับตัวต่อเทคโนโลยีใหม่ จะช่วยให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดข้อผิดพลาด และเพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินงาน ในทางกลับกัน หากมีการต่อต้านหรือไม่ยอมรับเทคโนโลยี อาจส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการปรับใช้และลดประสิทธิภาพขององค์กร (นพวรรณ วงษ์ศรีแก้ว และสุรวิ ศุนาลัย, 2566) จากการศึกษาวิจัยของ จรินพงษ์ แดงจิว และคณะ (2566) พบว่า ระดับความพร้อมด้านดิจิทัลของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินในการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล มีความพร้อมระดับ Level 3-Defined (Data-Centric) โดยระดับความพร้อมด้านการบริหารจัดการรูปแบบดิจิทัลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในขณะที่ระดับความพร้อมด้านศักยภาพเจ้าหน้าที่ภาครัฐดิจิทัลมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น การศึกษาแนวทางการยอมรับเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อพัฒนาแนวทางส่งเสริมการปรับตัวและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับองค์กรภาครัฐอื่น ๆ นำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ และสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
2. เพื่อศึกษาระดับของประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
3. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model-TAM)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีเป็นโมเดลที่พัฒนาโดย Davis (1989) เพื่ออธิบายและคาดการณ์พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ โมเดลนี้มีปัจจัยหลักสองประการที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี คือ

1. การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ
2. การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) หมายถึง ความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้หรือใช้งานโมเดล TAM เสนอว่า ปัจจัยทั้งสองนี้จะมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้ต่อเทคโนโลยี (Attitude Toward Using) ซึ่งจะมีผลต่อความตั้งใจในการ

ใช้เทคโนโลยี (Behavioral Intention to Use) และสุดท้ายจะนำไปสู่การใช้งานเทคโนโลยีจริง (Actual Use) ในการยอมรับเทคโนโลยี มีหลายปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ดังนี้

1. ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) เทคโนโลยีนั้นใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้ใช้รู้สึกสะดวกและไม่ยุ่งยากในการเรียนรู้และใช้งาน
2. ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ผู้ใช้เห็นว่าเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือการใช้ชีวิต ทำให้เห็นคุณค่าและประโยชน์ที่ชัดเจน
3. ทศคติต่อเทคโนโลยี (Attitude Towards Technology) ความรู้สึกหรือมุมมองที่ดีต่อเทคโนโลยี ซึ่งมีผลมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมาและความคิดเห็นของผู้อื่น
4. อิทธิพลของสังคม (Social Influence) ความคิดเห็นและการกระทำของคนรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน ครอบครัว หรือสังคมทั่วไป มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้เทคโนโลยี
5. ความพร้อมทางทรัพยากร (Facilitating Conditions) ความพร้อมทางด้านทรัพยากรต่าง ๆ เช่น การสนับสนุนทางด้านเทคนิค อุปกรณ์ที่จำเป็น และการฝึกอบรม
6. ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Efficacy) ความมั่นใจในความสามารถของตนเองในการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ
7. ประสบการณ์ที่ผ่านมา (Experience) ประสบการณ์ก่อนหน้านี้กับเทคโนโลยีที่คล้ายกัน สามารถช่วยให้ผู้ใช้ปรับตัวและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ได้ง่ายขึ้น
8. การรับรู้ถึงความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Perceived Security and Privacy) การมั่นใจว่าเทคโนโลยีนั้นปลอดภัยและสามารถปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ได้

Rogers and Shoemaker (1978) ได้กล่าวถึง ลักษณะการยอมรับเทคโนโลยีเป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการ 5 ขั้น ดังนี้

1. รับรู้ (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรับรู้ว่ามีเทคโนโลยีใหม่แต่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีนั้น
2. สนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นที่บุคคลเริ่มสนใจในเทคโนโลยีและพยายามที่จะหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น
3. ประเมินผล (Evaluation Stage) เป็นขั้นที่บุคคลจะประเมินผลในสมองของตนเอง โดยการลองคิดว่าถ้ายอมรับเทคโนโลยีนั้นมาใช้แล้วจะเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบันหรืออนาคต หรือไม่ และจะส่งผลคุ้มค่ากับการเสี่ยงหรือไม่
4. ทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นที่บุคคลจะนำเทคโนโลยีมาลองใช้หรือลองปฏิบัติในวงจำกัดก่อน เพื่อทดลองว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์และสามารถเข้ากับสถานการณ์ได้หรือไม่
5. ยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่บุคคลยอมรับเทคโนโลยีและนำเทคโนโลยีนั้น มาใช้งานอย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของคำว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การยินยอม การปรับตัว การเรียนรู้ใหม่ ๆ หรือกระบวนการที่บุคคลหรือองค์กรนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ทั้งในชีวิตประจำวันหรือในการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดในการทำงาน

ประสิทธิภาพการทำงาน

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) (2552, อ้างถึงใน ชนภรณ์ พรรณราย, 2565) กล่าวถึง ประสิทธิภาพการทำงานโดยทั่วไปว่า หมายถึง การทำงานที่ประหยัดได้ผลงานที่รวดเร็ว มีคุณภาพ คำนึงค่ากับการใช้ทรัพยากรในด้านการเงิน คน อุปกรณ์และเวลา ดังนั้นประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งที่สามารถ สร้างให้เกิดขึ้นได้และสามารถวัดได้ในทางปฏิบัติโดยจะวัดประสิทธิภาพจากปัจจัยนำเข้ากระบวนการ หรือ ผลผลิตที่ออกมา โดยวัดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างประกอบกัน จึงสามารถมองได้ในแง่มุม ต่าง ๆ ดังนี้

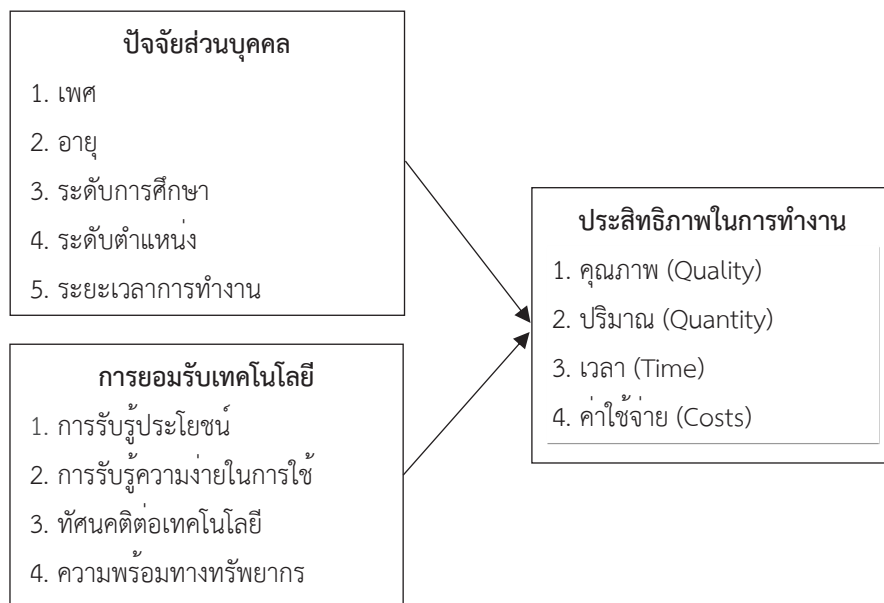
1. ประสิทธิภาพในแง่ของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิต (Input) เช่น การใช้ทรัพยากรทั้งเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัด คำนึงค่าและเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด
2. ประสิทธิภาพในแง่ของกระบวนการบริหาร (Process) เช่น การทำงานที่ ถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็วและใช้เทคนิคที่สะดวกสบายกว่าเดิม
3. ประสิทธิภาพในแง่ของผลลัพธ์ (Process) เช่น การทำงานที่มีคุณภาพเกิด ประโยชน์ต่อสังคม เกิดผลกำไร ทนเวลาผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกที่ดีต่อการทำงานและบริการเป็นที่ พอใจของลูกค้า

Peterson and Plowman (1953) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมีการสรุป องค์ประกอบของการวัดประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานไว้ 4 ข้อ ดังนี้

1. คุณภาพของงาน (Quality) งานจะต้องมีคุณภาพสูง คือ ผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ประโยชน์คุ้มค่า และ มีความพึงพอใจผลการทำงานมีความถูกต้องได้มาตรฐานรวดเร็ว
2. ปริมาณงาน (Quantity) ปริมาณงานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงานนั้น โดยผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณที่เหมาะสมตามที่กำหนดในแผนงานหรือเป้าหมายที่องค์กรวางไว้
3. เวลา (Time) คือ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการ เหมาะสมกับงานและทันสมัยมีการส่งมอบตรงตามกำหนด
4. ค่าใช้จ่าย (Costs) ในการดำเนินการทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงาน ประสิทธิภาพในมิติของ การบริหารค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิต ได้แก่ การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่าง ประหยัด คำนึงค่า และเกิดการสูญเสีย最少

ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง ความสามารถในการ ทำงานให้สำเร็จลุล่วงในเวลาที่กำหนด ด้วยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่ง รวมถึงการจัดการเวลา แรงงาน วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยในการทำงาน และการจัดการข้อมูลอย่าง เหมาะสม เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง คือ บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน แบ่งตามระดับตำแหน่ง ได้แก่ ผู้อำนวยการกลุ่ม/ชำนาญการพิเศษ ข้าราชการ ปฏิบัติการ และพนักงานสมทบหรือลูกจ้าง ทราบจำนวนที่แน่นอน สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรของ Cochran (1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% จากการแทนค่าสูตรทำให้ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 307 ตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดให้มีการสำรองเพิ่ม 5% คิดเป็นจำนวน 13 ตัวอย่าง รวมขนาดของตัวอย่างทั้งสิ้น 320 ตัวอย่าง เป็นการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามออนไลน์ โดย Google Form ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. ระดับตำแหน่ง 5. ระยะเวลาการทำงาน โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ และให้ผู้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ลักษณะของการยอมรับเทคโนโลยี 1. การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน 2. การรับรู้ความง่ายในการใช้ 3. ทศนคติต่อเทคโนโลยี 4. ความพร้อมทางทรัพยากร โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดจำนวน 16 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ และตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน ประกอบด้วย 1. คุณภาพ 2. ปริมาณ 3. เวลา 4. ค่าใช้จ่าย โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 15 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Rating Scale) ตามแบบของ Likert Scale มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ และแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.867 ซึ่งประเมินโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลและอภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง และระยะเวลาการทำงาน

ผลการศึกษารูปได้ว่า บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 69.10 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 65.90 อยู่ในระดับตำแหน่งชำนาญการ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 45.60 และมีระยะเวลาการทำงาน 5-10 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้ ทักษะติดต่อเทคโนโลยี ความพร้อมทางทรัพยากร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.738) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.898) รองลงมา คือ ทักษะติดต่อเทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.824) การรับรู้ความง่ายในการใช้ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.803) และความพร้อมทางทรัพยากร ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.823) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน 4 ด้าน ประกอบด้วย คุณภาพ ปริมาณ เวลา และค่าใช้จ่าย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.675) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ คุณภาพ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.543) รองลงมา คือ เวลา ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.849) ปริมาณ ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.773) และค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.921) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1

ผลการเปรียบเทียบผลของประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง และระยะเวลาการทำงาน

ประสิทธิภาพในการทำงาน	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	ระดับตำแหน่ง	ระยะเวลาการทำงาน
ด้านคุณภาพ	0.184	0.423	0.350	0.203	0.929
ด้านปริมาณ	0.133	0.945	0.020*	0.294	0.994
ด้านเวลา	0.294	0.935	0.014*	0.187	0.977
ด้านค่าใช้จ่าย	0.721	0.669	0.225	0.597	0.684
ภาพรวม	0.235	0.901	0.035	0.311	0.998

หมายเหตุ. *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ข้างต้น พบว่า บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับตำแหน่ง และระยะเวลาการทำงาน ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ระดับการศึกษา จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1

ผลการเปรียบเทียบเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

การยอมรับเทคโนโลยี	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t-value	P value	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.833	0.097		8.623***	0.000		
การรับรู้ประโยชน์ (X_1)	0.266	0.041	0.353	6.410***	0.000	0.234	4.277
การรับรู้ความง่ายในการใช้ (X_2)	0.078	0.042	0.093	1.862	0.064	0.284	3.522
ทัศนคติต่อเทคโนโลยี (X_3)	0.279	0.045	0.340	6.148***	0.000	0.232	4.308
ความพร้อมทางทรัพยากร (X_4)	0.162	0.029	0.198	5.667***	0.000	0.582	1.717

$R = 0.881$, $R^2 = 0.776$, $\text{Adj } R^2 = 0.773$, $\text{Std Error} = 0.32184$, $F = 272.893$, $P \text{ value} < 0.000^*$

หมายเหตุ. ***มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 2 ข้างต้น พบว่า ผลการทดสอบเบื้องต้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปร หรือภาวะร่วมความสัมพันธ์พหุเชิงเส้น (Multicollinearity) โดยการทดสอบด้วยสถิติ Tolerance และ Variation Inflation Factor (VIF) เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์และความแปรปรวนของตัวแปร พบว่า ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 และ ค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 (Hair et al., 2010) แสดงว่า ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุเชิงเส้น จึงสามารถทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter แสดงให้เห็นว่า การยอมรับเทคโนโลยีของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินสามารถอธิบายความแปรผันของประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ได้ร้อยละ 77.60% ($R^2 = 0.776$) และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จำนวน 3 ตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยทัศนคติต่อเทคโนโลยี (Beta = 0.340) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ การรับรู้ประโยชน์ (Beta = 0.353) และความพร้อมทางทรัพยากร (Beta = 0.198) ตามลำดับ ในขณะที่การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Beta = 0.093) ไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y} = 0.353 (X_1) + 0.340 (X_3) + 0.198 (X_4)$$

อภิปรายผลการศึกษา

1. สมมติฐานที่ 1 บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับตำแหน่ง และระยะเวลาการทำงาน ที่แตกต่างกันของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน อภิปรายได้ว่า สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับมือกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การพลิกผันของเทคโนโลยี (Technology Disruption) การเกิดโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านวิสัยทัศน์ (Vision) และค่านิยมหลัก (Core Values) ขององค์กรที่เน้นการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของกระบวนการทำงาน บุคลากรจึงใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง มีการจัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการใช้เทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิชฌ กิตติพงศ์วรการ (2563) พบว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งที่มีระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และสายงานที่ทำงาน ที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพในการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของดุสิตา ยอดเรือน และพิเชษ ชัยดิเรก (2564) พบว่า เพศ อายุ ตำแหน่งงาน และอายุราชการ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานศาลยุติธรรม ประจำภาค 7 นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนภรณ์ พรหมราย (2565) พบว่า เพศ อายุ และระยะเวลาการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ขณะเดียวกันก็พบว่า ผลงานวิจัยไม่สอดคล้องกับ ณัฐรัตน์ สุขไย (2562) พบว่า อายุ และอายุงาน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง

สำหรับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกันของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน เนื่องจากบุคลากรที่มีระดับการศึกษาสูงมักมีความคาดหวังต่อประสิทธิภาพในการทำงานสูงกว่าบุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า จึงทำให้มีวิถีคิดและมุมมองต่อประสิทธิภาพการ

ทำงานต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้อาจเชื่อมโยงกับภูมิหลังส่วนบุคคลและโอกาสที่ได้รับในการเข้าถึงการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับณัฐรัตน์ สุขไย (2562) พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานกรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน) สังกัดกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง ซึ่งเป็นลักษณะโดยเฉพาะบุคคลที่เกิดจากภูมิหลัง หรือลักษณะชีวิตประวัติของแต่ละบุคคล

2. สมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ทักษะติดต่อเทคโนโลยี (Beta = 0.340) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ การรับรู้ประโยชน์ (Beta = 0.353) และความพร้อมทางทรัพยากร (Beta = 0.198) มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเรียงตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านทักษะติดต่อเทคโนโลยี (Beta = 0.340) มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐรัตน์ สุขไย (2562) พบว่า ด้านทักษะติดต่อการใช้งานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉรา เด่นเจริญโสภณ (2560) พบว่า ด้านทักษะติดต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานของสำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อภิปรายได้ว่า ทักษะติดต่อเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมหรือขัดขวางประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร ความเชื่อมั่นและมุมมองเชิงบวกต่อการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เนื่องจากบุคลากรมีแนวโน้มที่จะยอมรับและปรับตัวเข้ากับเครื่องมือหรือระบบใหม่ ๆ ได้ดีขึ้น พฤติกรรมเหล่านี้นำไปสู่การพัฒนามาความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างให้ความคิดเห็นระดับมากต่อการที่สำนักงานฯ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานภายในองค์กร มีความพร้อมให้ความร่วมมือในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน และมีความพอใจเมื่อได้ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เช่น ระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (e-Office) ระบบทรัพยากรบุคคล (DPIS) เป็นต้น ซึ่งเป็นผลดีต่อสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน แม้ว่าค่าเฉลี่ยของความพอใจเมื่อได้ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดใน 4 ข้อ แต่ยังอยู่ในระดับมาก

ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Beta = 0.353) มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐรัตน์ สุขไย (2562) พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉรา เด่นเจริญโสภณ (2560) พบว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานของสำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของณิชาดา นพรัตน์ และประสพชัย พสุนนท์ (2566) พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ สาขาจังหวัดปทุมธานี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อภิปรายได้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร หากบุคลากรเข้าใจถึงคุณค่าและข้อดีของเทคโนโลยีที่นำมาใช้จะมีแนวโน้มที่จะยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีอย่างเต็มที่ สิ่งนี้ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ ในทางตรงกันข้าม หากบุคลากรไม่รับรู้หรือไม่เข้าใจถึงประโยชน์ที่แท้จริงของเทคโนโลยี อาจทำให้เกิดการต่อต้านหรือไม่ให้ความร่วมมือในการใช้งาน ส่งผลให้กระบวนการทำงานล่าช้าหรือขาดประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างให้ความคิดเห็นระดับมากต่อการที่เทคโนโลยีช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น การใช้เทคโนโลยีช่วยให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น การใช้เทคโนโลยีสามารถประยุกต์กับ

การทำงานได้ และการใช้เทคโนโลยีช่วยให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องครบถ้วน สังเกตได้ว่า บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีว่า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพได้ มีความสะดวกสบาย และประยุกต์กับการทำงานได้

ด้านความพร้อมทางทรัพยากร ($\text{Beta} = 0.198$) มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับงานวิจัยของณิชาดา นพรัตน์ และประสพชัย พสุนนท์ (2566) พบว่าการสนับสนุนสภาพแวดล้อมในองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ สาขาจังหวัดปทุมธานี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อภิปรายได้ว่า การมีทรัพยากรที่พร้อมใช้งานช่วยลดความล่าช้าในกระบวนการทำงานและสนับสนุนให้บุคลากรมีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของงานได้อย่างรวดเร็ว ในทางกลับกันหากทรัพยากรมีความขาดแคลนหรือไม่มีความพร้อม เช่น เครื่องมือที่ล้าสมัย การเข้าถึงข้อมูลที่จำกัด หรือการสนับสนุนจากระบบที่ไม่เพียงพอ อาจนำไปสู่ข้อผิดพลาดหรือคุณภาพงานที่ลดลงและลดประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งนี้ ผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างให้ความคิดเห็นระดับมากต่อการอบรมและพัฒนาทักษะเพื่อจะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน องค์กรมีสื่อหรือคู่มือการใช้เทคโนโลยีที่ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้ โดยองค์กรจัดอุปกรณ์รองรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างเพียงพอ และองค์กรมีหน่วยงานให้คำปรึกษาหรือแก้ไขปัญหาในการใช้งาน มีความคิดเห็นในระดับมากแต่ก็น้อยกว่าข้ออื่น ๆ สังเกตได้ว่า บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินเห็นว่า การจัดอุปกรณ์รองรับ และการมีหน่วยงานให้คำปรึกษาหรือแก้ไขปัญหาอย่างไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารองค์กรเพื่อพิจารณาปรับปรุงและสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ ดังนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินควรส่งเสริมการจัดฝึกอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาทักษะความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีให้กับบุคลากรในทุกระดับการศึกษา เพื่อส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานต่อไป

2. จากการศึกษพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน มีปัจจัย 3 ด้าน มีข้อเสนอแนะในแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ทักษะติดต่อเทคโนโลยี

2.1.1 ควรพัฒนาระบบให้เสถียรและตอบสนองความต้องการใช้งานในปัจจุบันให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจในการใช้งาน

2.1.2 ควรเพิ่มการสนับสนุนทางเทคนิค เพื่อเพิ่มการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีในองค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

2.2 การรับรู้ประโยชน์

2.2.1 ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารและสร้างความเข้าใจในประโยชน์ของเทคโนโลยีให้แก่บุคลากรผ่านการแสดงผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรเห็นความเชื่อมโยงระหว่างเทคโนโลยีกับประสิทธิภาพในการทำงานของตนเอง

2.3 ความพร้อมทางทรัพยากร

2.3.1 ควรจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการของบุคลากร เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3.2 ควรเพิ่มหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาและแก้ปัญหา เช่น คณะทำงานด้านการพัฒนาระบบ เพื่อให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการใช้งานระบบเมื่อต้องการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาวิจัยนี้เป็นการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เฉพาะระดับผู้ปฏิบัติงาน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป คือ ควรสำรวจให้ครอบคลุมไปจนถึงผู้บริหาร เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้อำนวยการในการบริหารองค์กร จะทำให้ข้อมูลและผลที่ได้มาครอบคลุมไปทุกระดับในองค์กร อาจส่งผลให้มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาระบบต่าง ๆ ขึ้นได้

2. ควรวิจัยติดตามและประเมินผลระยะยาว ในการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินต่อไป เพื่อนำมาเป็นข้อมูลปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาในการทำวิจัยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาวิจัยตัวแปรอื่น ๆ เช่น นโยบายของภาครัฐ ความสามารถด้านดิจิทัล (Digital Literacy) ความเครียดจากเทคโนโลยี (Technostress) ที่มีผลกระทบต่อการยอมรับเทคโนโลยี

รายการอ้างอิง

- จรินทร์ แดงจิว, อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ, และสงเสริม หอมกลิ่น. (2565). ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของงานการตรวจเงินแผ่นดินสู่องค์กรดิจิทัล. *วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช*, 35(2), 27-47. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/stouj/article/view/261454>
- จุฑามาศ นิมจิตร และโกวิทย์ กังสนันท์. (2564). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรของสำนักงานอัยการจังหวัดนนทบุรีที่มีผลมาจากการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 9(3), 36-508. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/246796>
- ณัฐรัตน์ สุขไย. (2562). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยี และวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3943>
- นิชาดา นพรัตน์ และประสพชัย พสุนนท์. (2566). การยอมรับนวัตกรรมการให้บริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ สาขาจังหวัดปทุมธานี ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 12(1), 86-104. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_ubu/article/view/265098
- ดุสิตา ยอดเรือน และพิเศษ ชัยดิเรก. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 7. *วารสารละครี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 5(1), 27-41. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/lawasrijo/article/view/249577>
- ธนภรณ์ พรรณราย. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา [สารนิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. PSU Knowledge Bank. <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/17458>
- นพวรรณ วงษ์ศรีแก้ว และสุรวิ ศุณาลัย. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนระดับปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. *วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช*, 36(1), 23-35. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/stouj/article/view/263006>
- วิชณู กิตติพิงศ์วรการ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง [สารนิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace at Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/975>
- โสมาลี ขยามฤต. (2564). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับยุคดิจิทัลขององค์การภาครัฐและเอกชน. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 38-50. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/244889
- อัจฉรา เเด่นเจริญโสภณ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานของสำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี [งานนิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา. <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/8741>

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Heeks, R. (2001). *Understanding e-governance for development*. Working Paper no. 11. Institute for Development Policy and Management. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3540058>
- Peterson, E., & Plowman, E. G. (1953). *Business organization and management* (3rd ed.). R. D. Irwin.
- Rogers, E., & Shoemaker, F. (1978). *Communication of innovations: A cross-cultural approach*. The Free Press.

หนังสือที่น่าสนใจ

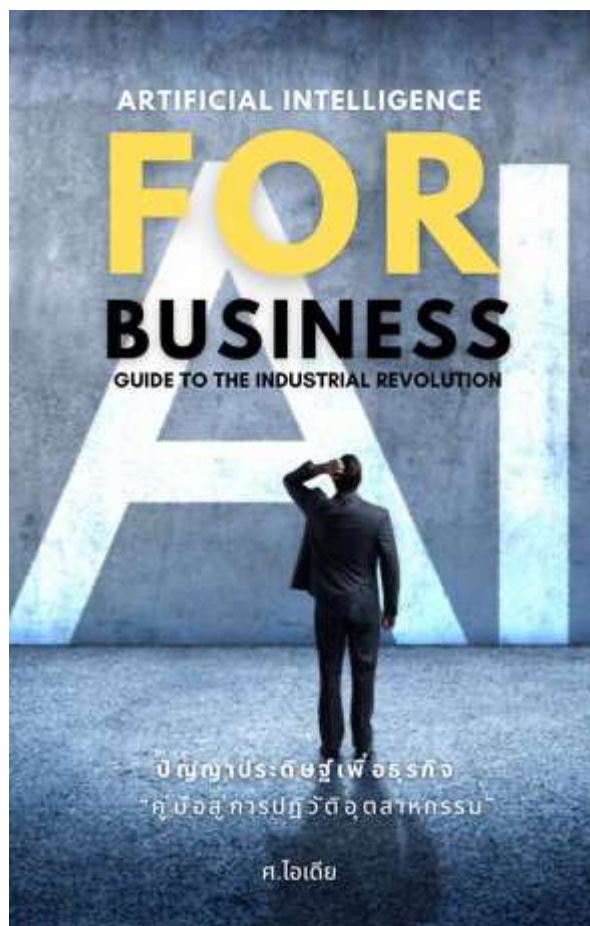
ชื่อหนังสือ: AI ปัญญาประดิษฐ์เพื่อธุรกิจ

ชื่อผู้เขียนหนังสือ: ศ.ไอเดีย

สำนักพิมพ์: ศตพล จันทรณรงค์/บริษัท กลอรี่ แอนด์ พาวเวอร์ จำกัด

ชื่อผู้แนะนำหนังสือ: สุเทพ นิมไสย*

Suthep Nimsai*



“คู่มือสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม” – เปิดประตูสู่โลกอนาคตอันน่าทึ่งด้วยพลังของ AI

ก้าวสู่ยุคใหม่แห่งความเปลี่ยนแปลงด้วย ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เทคโนโลยีอันล้ำสมัยที่กำลังพลิกโฉมโลกของธุรกิจอย่างรวดเร็ว หนังสือ “คู่มือสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม” เล่มนี้ เปรียบเสมือนกุญแจสำคัญที่จะพาคุณเปิดประตูสู่โลกแห่ง AI พร้อมทำความเข้าใจและก้าวไปพร้อมกับคลื่นแห่งการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่

*วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

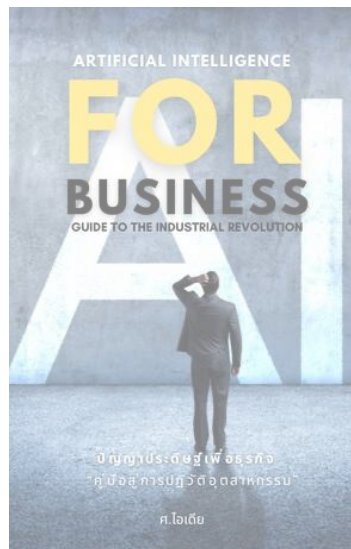
*College of Management, Mahidol University

*Email: suthep.cmmu@gmail.com

ภายในเล่ม ผู้อ่านจะได้พบกับ:

- **คำอธิบายที่เข้าใจง่าย** ของหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับ AI ไม่ว่าจะเป็นความหมาย กลไกการทำงาน ไปจนถึงประเภทต่าง ๆ ของ AI ที่คุณควรรู้
- **กรณีศึกษาที่น่าสนใจ** จากหลากหลายอุตสาหกรรม ที่แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ AI อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมเผยให้เห็นว่า ปัญญาประดิษฐ์สามารถสร้างมูลค่าและประโยชน์ได้อย่างไรในโลกแห่งธุรกิจ
- **คำแนะนำเชิงปฏิบัติ** สำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นใช้งาน AI ในองค์กรหรือธุรกิจของตนเอง ช่วยให้ท่านเปลี่ยนความเข้าใจให้เป็นการลงมือทำได้อย่างมั่นใจ
- **มุมมองต่ออนาคต** ของเทคโนโลยี AI ที่จะช่วยให้คุณเตรียมตัวรับมือกับโลกยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและข้อมูล

หนังสือเล่มนี้ไม่ได้เป็นเพียงคู่มือทางเทคนิค แต่เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อ่านกล้าที่จะก้าวสู่นอนาคตและใช้ AI อย่างชาญฉลาด เพื่อยกระดับธุรกิจและคุณภาพชีวิตในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งใหม่ หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับ 1) บุคคลทั่วไปที่ต้องการทำความเข้าใจ AI นักธุรกิจที่ต้องการนำ AI ไปใช้กับธุรกิจ 2) นักพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ต้องการพัฒนาแอปพลิเคชัน AI 3) นักศึกษาที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับ AI โดย AI ปัญญาประดิษฐ์เพื่อธุรกิจ “คู่มือสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม” เป็นหนังสือที่สำคัญสำหรับทุกท่านที่ต้องการเข้าใจและใช้งาน AI เทคโนโลยีที่กำลังเปลี่ยนแปลงโลกของเรา



แนวทางการจัดเตรียมต้นฉบับบทความ (Manuscript) สำหรับขอตีพิมพ์ในวารสารสุกรีปริทัศน์

นโยบายและขอบเขตการตีพิมพ์ : วารสารมีนโยบายรับตีพิมพ์บทความ ในด้านสังคมศาสตร์ จากคณาจารย์ นักศึกษา และนักวิจัยทั้งในและนอกสถาบัน โดยมีสาขาย่อยดังนี้

สาขาวิชา :

1. บริหารธุรกิจ การจัดการและการบัญชี
2. เศรษฐศาสตร์ เศรษฐมิติและการเงิน

สาขาย่อย :

1. ธุรกิจทั่วไป การจัดการและการบัญชี
2. การจัดการด้านกลยุทธ์และการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (ที่เกี่ยวข้องกับทางธุรกิจ)
3. พฤติกรรมองค์กรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์
4. เศรษฐศาสตร์ทั่วไป เศรษฐมิติ และการเงินและการบัญชี

กระบวนการพิจารณาบทความ : บทความจะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (Double-Blind Review)

ประเภทของบทความ : บทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ และบทความวิจารณ์หนังสือ

ภาษาที่รับตีพิมพ์ : ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

กำหนดออก : ปีละ 4 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม, ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน, ฉบับที่ 3 สิงหาคม-กันยายน และ ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม รวมทั้งฉบับพิเศษ (ถ้ามี))

ค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ :

1. บุคคลภายนอกมหาวิทยาลัยสุกรีบัณฑิตย์ 5,000 บาท/บทความ (ชำระผ่านระบบออนไลน์)
2. คณาจารย์ นักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยสุกรีบัณฑิตย์ ไม่มีค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์

คำแนะนำสำหรับผู้แต่ง

บทความต้นฉบับจะต้องทำส่งมาในรูปแบบ ดังต่อไปนี้

ขนาดกระดาษ จัดพิมพ์ลงโปรแกรม Microsoft Word กระดาษ A4

- ขอบกระดาษ เว้นระยะ 1 นิ้ว ทุกด้าน
- การตั้งค่าระยะบรรทัดให้ใช้ค่าตามปกติ คือ 1 เท่า หรือ 1 Single
- จำนวนหน้า ไม่เกิน 12 หน้า ขนาดกระดาษ A4 (รวม ชื่อเรื่อง รูปและตารางที่เกี่ยวข้อง รายการอ้างอิง และภาคผนวก) หากมีจำนวนหน้าเกินกว่านั้น หลังทำการแก้ไขตามคำแนะนำของผู้อ่านประเมินบทความเสร็จสิ้นแล้ว ผู้เขียนต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมสำหรับหน้าที่เกิน หน้าละ 300 บาท (อนุญาตให้ไม่เกิน 3 หน้า เท่านั้น)
- ใส่เลขหน้า กำหนดมุมบนขีดขวา ขนาด 14 point ทุกหน้า
- ตัวอักษร TH Sarabun ตามหัวข้อที่กำหนดดังนี้

ชื่อเรื่อง (Title)

- ภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 18 point กำหนดขีดซ้าย ตัวหนา
- ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ ตัวอักษรตัวแรกของชื่อเรื่องเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ ตัวอักษรถัดมาเป็นตัวพิมพ์เล็กหมด ยกเว้น คำเฉพาะตัวอักษรตัวแรกเป็นตัวพิมพ์ใหญ่
- ควรให้ความกระชับให้มากที่สุด

ชื่อ-ที่อยู่และประวัติผู้เขียน (ทุกคน)

ชื่อ-ที่อยู่และประวัติผู้เขียน ภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 14 point กำหนดขีดซ้ายทั้งหมด ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุลผู้เขียน หน่วยงานที่สังกัด ชื่อสถาบัน และ E-mail address

บทคัดย่อ (Abstract) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ต้องผ่านการตรวจพิสูจน์โดยผู้ชำนาญ)

- ชื่อ “บทคัดย่อ” และ “Abstract” ขนาด 16 point กำหนดกึ่งกลาง ตัวหนา เว้น 1 บรรทัด
- Text บทคัดย่อภาษาไทย –อังกฤษขนาด 14 point
- ย่อหน้า 0.5 นิ้ว
- ความยาวของบทคัดย่อแต่ละภาษาควรอยู่ระหว่าง 200-250 คำและมีเนื้อหาที่ตรงกัน
- ความยาวรวมไม่เกิน 1 หน้า นับรวมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่ในหน้าเดียวกัน เนื้อหาในบทคัดย่อควรระบุวัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัยและบทสรุปโดยย่อ

คำสำคัญ (Keywords)

- พิมพ์ต่อจากส่วนบทคัดย่อ และอยู่ในหน้าเดียวกันกับบทคัดย่อ ทั้งภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 14 point
- ใช้ศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถานและเป็นคำหลักที่ใช้ในการอ้างอิง ค้นหา ไม่เกิน 5 คำ

เนื้อหา (Body) ประกอบด้วย

- ขนาด 14 point พร้อมเลขหน้ากำหนดมุมบนด้านขวา
- ย่อหน้า 0.5 นิ้ว
- บทนำ
- วัตถุประสงค์ (การวิจัย)
- แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (หากเป็นบทความวิจัยต้องมีการนำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย)
- วิธีการดำเนินการวิจัย (หากเป็นบทความวิจัย)
- ผลการวิจัยและอภิปรายผล
- บทสรุปและข้อเสนอแนะ
- รายการอ้างอิง (ใช้รูปแบบ APA Style 7th edition)

การแสดงผลภาพและรูปภาพ (Figure) ให้พิมพ์คำว่า “ภาพที่...” ตามด้วยลำดับที่ของภาพ 1, 2, 3... ไว้ด้านล่างของภาพหรือรูปนั้นพร้อมชื่อรูปภาพ

การพิมพ์ตาราง (Table) ให้พิมพ์คำว่า “ตารางที่...” ตามด้วยลำดับที่ของตาราง 1, 2, 3... ไว้ด้านบนของตาราง และมีชื่อตาราง

จริยธรรมการตีพิมพ์

จริยธรรมการตีพิมพ์ผลงานในวารสาร (Publication Ethics)

วารสารสุทธิปริทัศน์ จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเผยแพร่งานทางวิชาการในประเภทบทความวิจัย บทความวิชาการ ให้กับอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา บุคลากรภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัยที่สนใจ เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดผลงานวิจัยและผลงานวิชาการ ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารทางวิชาการเป็นไปอย่างถูกต้อง สอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์ระดับนานาชาติ จึงได้กำหนดแนวทางวิธีปฏิบัติที่ดีและจริยธรรมของการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัย ตามข้อกำหนดของ Committee on Publication Ethics (COPE) สำหรับการดำเนินงานของวารสารสุทธิปริทัศน์ ตามบทบาทหน้าที่สำหรับบุคคล 3 กลุ่ม อันได้แก่ บรรณาธิการ (Editor) ผู้เขียน (Author) และ ผู้ประเมินบทความ (Reviewer) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการมีหน้าที่ดำเนินงานวารสารให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของวารสาร ปรับปรุงและพัฒนาวารสารให้ได้มาตรฐานสากลอย่างสม่ำเสมอ
2. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อเข้ารับการพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาคุณภาพและเนื้อหาของบทความที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร
3. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการตรวจสอบความซ้ำซ้อนหรือการคัดลอกผลงานของผู้อื่น (Plagiarism) ในบทความตามเกณฑ์กำหนดของวารสารเพื่อไม่ให้บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารมีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น โดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ และเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการ หากตรวจสอบพบความซ้ำซ้อนหรือการคัดลอกผลงานของผู้อื่นในกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนหลักทันทีเพื่อขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้น ๆ หากบรรณาธิการตรวจพบว่า บทความมีการลอกเลียนบทความอื่นโดยมิชอบ หรือมีการปลอมแปลงข้อมูล ซึ่งสมควรถูกถอดถอน แต่ผู้เขียนปฏิเสธที่จะถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอนบทความได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียน ซึ่งถือเป็นสิทธิและความรับผิดชอบต่อบทความของบรรณาธิการ
4. บรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลประเมินของผู้ประเมิน รวมไปถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
5. บรรณาธิการยึดมั่นหลักจริยธรรมสากลในการตีพิมพ์บทความในวารสาร และให้ความสำคัญกับการป้องกันผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างบรรณาธิการ เจ้าหน้าที่วารสาร ผู้เขียน ผู้ประเมินบทความ และสมาชิกกองบรรณาธิการ
6. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่แหล่งตีพิมพ์อื่นมาแล้ว และไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความโดยใช้เหตุผลและความรู้สึกส่วนตัว
7. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียน (authors) และผู้ประเมินบทความ (reviewers) แก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง โดยจัดให้มีกระบวนการกลั่นกรองผลงานในลักษณะแบบไม่เปิดเผยทั้งสองฝ่าย (double-blind peer review)
8. ในกรณีที่มิมีข้อร้องเรียนของ ผู้นิพนธ์ ผู้อ่าน ผู้ประเมิน เกี่ยวกับการผิดจริยธรรม/จรรยาบรรณการตีพิมพ์ทั้งในระหว่างกระบวนการประเมินบทความ ไปจนถึงภายหลังการตีพิมพ์แล้ว บรรณาธิการต้องแต่งตั้งคณะกรรมการจริยธรรมการตีพิมพ์อย่างน้อย 3 คน โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิก่อนอย่างน้อย 1 คน เพื่อพิจารณาข้อร้องเรียนนั้น หากตรวจสอบพบการผิดจริยธรรม/จรรยาบรรณการตีพิมพ์ใด ๆ ภายหลังการดำเนินการตรวจสอบแล้วอย่างโปร่งใสและพิสูจน์ได้ บรรณาธิการต้องดำเนินการยุติการผิดจริยธรรม/จรรยาบรรณการตีพิมพ์ดังกล่าวด้วยความโปร่งใส เช่น ยุติการพิจารณาบทความดังกล่าว เพิกถอนบทความนั้น เป็นต้น

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน (Duties of Authors)

1. ผู้เขียนต้องไม่ตีพิมพ์บทความซ้ำซ้อน รวมถึงไม่นำต้นฉบับที่ยังอยู่ในกระบวนการประเมินของวารสารไปส่งวารสารอื่น
2. ผู้เขียนต้องไม่คัดลอกผลงานและข้อความของผู้อื่น เช่น ภาพ หรือ ตาราง มาทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าเป็นผลงานหรืองานเขียนของตนเอง โดยต้องมีการอ้างอิงผลงานของผู้อื่น หากมีการนำผลงานนั้น มาใช้ในบทความของตนเอง
3. ผู้เขียนต้องให้ความสำคัญกับรูปแบบการเขียนบทความตามที่วารสารกำหนดไว้ โดยเฉพาะรูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิง
4. ผู้เขียนต้องไม่สร้างข้อมูลเท็จ หรือปลอมแปลง ตกแต่งข้อมูล หรือเลือกแสดงข้อมูลเฉพาะที่สอดคล้องกับข้อสรุป และนำมาเขียนในบทความ
5. ต้องไม่อ้างอิงเอกสารวิชาการที่ผู้เขียนไม่ได้อ่านมาอ้างอิง หรือใส่ไว้ในเอกสารอ้างอิง
6. ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการทํารวจในต้นฉบับ และระบุเฉพาะชื่อผู้จัดทำหรือผู้เกี่ยวข้องกับบทความวิจัยนั้นเท่านั้น
7. ผู้เขียนที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคน ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการบทความจริง
8. ผู้เขียนต้องแจ้งบรรณาธิการทันทีหากพบความผิดพลาดในงานวิจัย ที่ส่งผลกระทบต่อผลงานวิจัยของต้นฉบับที่อยู่ในกระบวนการประเมิน หรือบทความที่ตีพิมพ์ไปแล้ว
9. หากบทความวิจัยนั้น เป็นการวิจัยในคนหรือสัตว์ทดลอง ผู้เขียนต้องแนบหนังสือรับรองจริยธรรมจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์หรือสัตว์ทดลองมาพร้อมต้นฉบับ ทั้งนี้ การอนุมัติให้ลงตีพิมพ์ขึ้นอยู่กับพิจารณาจากกองบรรณาธิการวารสารฯ ถือเป็นขั้นสุดท้าย

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินต้องไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เขียน และตัวผู้ประเมินเองแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง รวมถึงไม่เปิดเผยตัวตนว่าเป็นผู้ประเมินบทความนั้น ๆ
2. ผู้ประเมินต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความที่กำลังพิจารณา
3. ผู้ประเมินควรพิจารณาเฉพาะบทความที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเท่านั้น และต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนต่อบทความที่กำลังพิจารณา
4. ผู้ประเมินควรคำนึงถึงคุณภาพบทความตามหลักวิชาการและจริยธรรมสากลเป็นหลัก โดยพิจารณาความสำคัญ ความใหม่ คุณค่าของเนื้อหาในบทความ ใช้ความเชี่ยวชาญเพื่อวิเคราะห์คุณภาพและความเข้มข้นของผลงาน โดยปราศจากอคติหรือความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลทางวิชาการรองรับ เป็นเกณฑ์ในการตัดสิน
5. กรณีผู้ประเมินพบว่า บทความที่ประเมินเป็นบทความที่มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนผลงานอื่น ผู้ประเมินต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที
6. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาระยะเวลาในการประเมินพิจารณาบทความตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด

ใบสมัครสมาชิกและใบสั่งซื้อวารสารสุทธิปริทัศน์

ชื่อ นามสกุล

ที่อยู่จัดส่งวารสาร

โทรศัพท์ (ที่ติดต่อได้)

Email:

กำหนดออกวารสาร ปีละ 4 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน

ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม

ประสงค์ที่จะสมัครเป็นสมาชิกวารสารสุทธิปริทัศน์

อัตราค่าสมาชิกฉบับละ 550 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

☐ 1 ปี จำนวน 4 ฉบับ เป็นเงิน 2,200 บาท ☐ 2 ปี จำนวน 4 ฉบับ เป็นเงิน 4,400 บาท

สั่งซื้อเป็นรายฉบับ

☐ ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

☐ ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

☐ ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

☐ ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....จำนวน.....ฉบับ

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น บาท (ตัวอักษร).....

ออกใบเสร็จในนาม.....

วิธีชำระเงิน

โอนเงิน ธนาคารกสิกรไทย เลขที่บัญชี 647-200111-4 ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ส่งใบสมัครสมาชิกและใบสั่งซื้อวารสารสุทธิปริทัศน์และหลักฐานการโอนเงินมาที่ dpujournal@dpu.ac.th

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่



มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

8 วิทยาลัย และ 6 คณะ ที่ตอบโจทย์อนาคต

8 วิทยาลัย

ความสำเร็จ...ไม่ต้องรอหลังรับปริญญา



กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์

อาคารวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี (อาคาร 1 ชั้น 2)

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

110/1-4 ถนนประชาชื่น หลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ 0-2954-7300 ต่อ 415

E-mail dpjournal@dpu.ac.th

